

**A materialização do som – intertextualidade e *performance* nos
*videoclips***

Ana Marta da Silveira Baptista

Dissertação

de Mestrado em Ciências da Comunicação – Cinema e Televisão

Abril 2013

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção
do grau de Mestre em Ciências da Comunicação – Cinema e Televisão, realizada sob
a orientação científica de Prof. Doutor Jorge Martins Rosa

Agradecimentos

Ao iniciar o processo de redacção da dissertação de Mestrado, julgava que este seria um processo solitário, que implicaria diversas horas passadas em reclusão e silêncio, dedicando-me ao estudo, à composição de ideias e à passagem das mesmas ao formato escrito. De facto, todas estas expectativas acabaram por concretizar-se. Ainda assim, tornou-se para mim bastante claro que os momentos passados afastada de livros, textos, folhas de rascunho e computadores tiveram uma importância inestimável para que me fosse possível dedicar-me a esta dissertação.

Assim sendo, os meus agradecimentos dirigem-se sobretudo àquelas pessoas que me afastaram a mente da redacção da dissertação, quando era necessário, mas que também me apoiaram sempre nos tais momentos solitários.

Quero assim agradecer, em primeiro lugar, aos meus pais, pois sem eles não seria possível ter chegado a este nível académico, e não me refiro apenas ao apoio monetário, mas a terem-me sempre instigado a tentar ser melhor, por saberem que o consigo.

Agradeço ao Professor Jorge Martins Rosa, pela disponibilidade, atenção e tempo que despendeu numa orientação que foi para mim imprescindível.

Ao pessoal da Arte Sonora, um grande obrigada, pelas sugestões que fizeram, por me terem levado a ver mais e mais *videoclips*, e pelo seu amor à música.

A todos os meus amigos que, de uma forma ou de outra, estiveram sempre presentes.

Por fim, um agradecimento especial ao João, pelo apoio incondicional, por acreditar em mim, por se interessar, por me ajudar e por me fazer ver que temos sempre de sonhar cada vez mais alto.

A materialização do som – intertextualidade e *performance* nos *videoclips*

Ana Marta da Silveira Baptista

Esta dissertação incide essencialmente no estudo de *videoclips* que correspondam a temas vulgarmente associados ao género *rock*. Pretende-se aqui analisar a presença e relevância de elementos intertextuais na construção desses mesmos *videoclips*, tendo em conta não só a relação estabelecida entre som e imagem, mas analisando também a presença nestes de conteúdos pertencentes a diversos géneros artísticos; será igualmente investigada a utilização da *performance* nos *videoclips* de música *rock*, tentando explicitar-se os motivos que levam à sua utilização.

This dissertation focuses essentially on the study of videoclips which are normally associated to rock genre. What is intended here is to analyze the presence and relevance of intertextual elements on the construction of those same videoclips, taking into account not only the relation established between sound and image, but also analyzing the presence on the videoclips of contents that belong to other artistic genres; the use of the performance in videoclips of rock music will also be investigated, in order to try to explain the motives that lead to its utilization.

PALAVRAS-CHAVE: *videoclips*, intertextualidade, *performance*, imagem, som, *rock*, música

KEYWORDS: videoclips, intertextuality, performance, image, sound, rock, music

Índice

<i>Videoclip</i> : uma definição.....	1
História e Evolução.....	4
Intertextualidade	9
Do som nascem imagens.....	9
Das imagens, outras imagens	14
a) O cinema nos <i>videoclips</i>	15
b) A televisão nos <i>videoclips</i>	18
c) As artes plásticas nos <i>videoclips</i>	20
d) A literatura nos <i>videoclips</i>	21
Autoria e Significação.....	25
A <i>performance</i> nos <i>videoclips</i>	31
a) A <i>performance</i> como expectativa associada ao género musical ..	32
b) O <i>videoclip</i> como forma de construção de imagens	36
Conclusão	38
Bibliografia	40
Anexos	46
A.....	46
B.....	49
C.....	50
D.....	51
E	52
F	53
G.....	54
H.....	57
I	58
J.....	59
L.....	60
M.....	62
N.....	64

Videoclip: uma definição

O *videoclip* é um género audiovisual com características específicas, sendo que, tal como qualquer género, possui uma forma própria de trabalhar imagens e som, obedecendo a certas regras de construção formal que o permitem identificar como tal. Num estudo sobre os *videoclips*, Paolo Peverini define-os da seguinte forma:

*“Il videoclip è una forma breve della comunicazione audiovisiva il cui linguaggio nasce e si sviluppa in relazione all’esigenza di promuovere un bene di consumo effimero e immateriale, la musica.(...) uno sguardo approfondito può rilevare le tracce di una sperimentazione originale che coinvolge tanto la dimensione narrativa quanto quella propriamente discorsiva, ovvero le immagini, i suoni, i ritmi.”*¹

Podem então definir-se como premissas essenciais para a constituição de um *videoclip* o facto de ser um vídeo de curta duração², com intenções claramente promocionais, e que se articula com uma música concreta, tendo em conta as suas características líricas e sonoras, adicionando-lhe através das imagens uma dimensão narrativa. Apesar disso, o modelo de construção de um *videoclip* não é estanque, podendo este sofrer alterações. Ainda assim, existe um certo conjunto de elementos que têm de estar presentes num *videoclip*. O *videoclip* pode ser encarado como a “«imagnetização» de uma canção”, já que o vídeo musical tem sempre origem numa canção produzida previamente, que acompanhará uma série de imagens produzidas posteriormente. Esta mesma ideia é explicitada por Thiago Soares, num artigo que incide sobre o papel mediático dos *videoclips*:

¹ PEVERINI, Paolo, *Il videoclip: strategie e figure di una forma breve*, Meltemi editore srl, Roma, 2004, p. 11

² Não há um valor concreto e especificado para a duração máxima de um *videoclip*, e o tempo deste não tem sequer de corresponder exactamente ao tempo da música à qual se refere; apesar disso, há que ter em conta que o tempo de um *videoclip* nunca excede ou fica muito aquém da música que está a “imagnetizar”, pelo que é muito raro excederem os 15 minutos de duração. Dos 60 *videoclips* analisados neste estudo, o de maior duração alcançava cerca de 9 minutos.

“O videoclipe, nas suas condições de produção, é constituído pelo sentido de um código secundário, pois «traduz» um código primário (a canção) em uma escrita imagética.”³

Este facto só por si já pressupõe a componente intertextual, que é inerente ao género em questão; esta intertextualidade revela-se no género não só através deste cruzamento de meios ou “textos”, mas também através da utilização de referências que provêm de outros meios, como se poderá ver mais adiante. Por agora, é no entanto premente enfatizar que o *videoclip* se distingue de outros géneros audiovisuais precisamente por ser constituído por um conjunto de imagens que são produzidas com base numa canção que lhes é anterior. O mesmo já não acontece com, por exemplo, anúncios publicitários; estes anúncios, na sua essência, podem assemelhar-se bastante a *videoclips*, já que se definem por serem um conjunto de imagens de curta-duração, grande parte das vezes acompanhadas por música. Contudo, a música nesse contexto serve sobretudo como forma de ambiência, sendo que as imagens não são elaboradas com base na mesma. O mesmo acontece em diversos filmes, ou longas-metragens, onde se podem observar segmentos curtos em que não há diálogo entre as personagens, mas apenas imagens que surgem à vista do espectador, ao mesmo tempo que se ouve uma música. Novamente, é necessário entender que estes segmentos possuem um intuito concreto dentro da linha narrativa dos filmes, pelo que são completamente distintos de um *videoclip*.

Apesar disto, poder-se-á contra-argumentar, fazendo menção a certos *videoclips*, que fazem uso de imagens que são anteriores à canção. Exemplo disso é o *videoclip* do tema “Rooster”, da banda norte-americana Alice in Chains; o *videoclip* em questão é composto em grande parte por imagens documentais da guerra do Vietname, e que foram portanto captadas muito antes de a canção ter sido composta. No entanto, a escolha destas imagens em específico tem uma relação muito concreta com o tema da música, dedicada ao pai de um dos membros da banda, e que participou activamente neste conflito. Este é apenas um de muitos exemplos de

³ SOARES, Thiago, “Por uma metodologia de análise mediática dos videoclipes: Contribuições da Semiótica da Canção e dos Estudos Culturais”, *UNIrevista*, São Leopoldo, Vol. 1, nº3, 2006, p. 2

videoclips que fazem uso de imagens que não foram captadas com o intuito de tornar determinada música “visual”, se assim se pode dizer, mas há sempre que ter em conta que, nestes casos, as imagens utilizadas relacionam-se sempre de certo modo com a canção, de uma forma que pode ser mais ou menos explícita, pelo que é correcto afirmar que mesmo os *videoclips* que usam imagens anteriores à própria canção continuam a encaixar na definição de *videoclip* citada anteriormente. O que é essencial para que um *videoclip* possa ser definido como tal é que este deve criar “uma camada visual sobre uma canção”⁴, e essas imagens devem de alguma forma criar um laço com as partes lírica e sonora da canção que “imagnetizam”.

O *videoclip* pode assim ser considerado uma “operacionalización visual del tema musical”⁵, sendo que esta forma de construir um filme curto sobre uma canção em concreto cumpre determinados parâmetros, de modo a que se possa criar uma matéria audiovisual com características próprias. Como em todos os géneros audiovisuais, o modelo de construção de um *videoclip* não é estanque, podendo estar sujeito a alterações e interpretações artísticas e criativas, mas sendo constituído sempre e sem excepção, já que é esta a pedra basilar da sua orientação conceptual, pela relação entre um conteúdo lírico e sonoro e um conjunto de imagens, de modo a criar-se um “objecto comunicacional”⁶, que pode ou não ter aspirações a forma de arte, e que actua como veículo de promoção e de configuração visual de uma canção concreta.

⁴ SOARES, Thiago, *Por uma metodologia de análise mediática dos videoclipes: Contribuições da Semiótica da Canção e dos Estudos Culturais*, UNIrevista, São Leopoldo, Vol. 1, nº3, 2006, p. 1

⁵ LEGUIZAMÓN, Juan Anselmo, “Exploraciones musicovisuales”, *Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales*, Universidad Nacional de Jujuy, n. 17, San Salvador de Jujuy, Nov. 2001, p. 255

⁶ SOARES, Thiago, *Por uma metodologia de análise mediática dos videoclipes: Contribuições da Semiótica da Canção e dos Estudos Culturais*, UNIrevista, São Leopoldo, Vol. 1, nº3, 2006, p. 5

História e Evolução

É difícil precisar uma data exacta para o surgimento daquilo que hoje é popularmente conhecido como um “*videoclip*”, ou até referir um *videoclip* em específico como tendo sido o primeiro; tal como em todos os géneros audiovisuais, o *videoclip* foi sofrendo alterações ao longo do tempo até atingir a estrutura e características que hoje lhe são reconhecidas. Os anos 20 são amiúde apontados como a década em que foram realizados os primeiros filmes que antecederam os *videoclips* contemporâneos, defendendo que obras como *O Homem da Câmara de Filmar*, de Dziga Vertov ou *Berlim, Sinfonia de uma Metrópole*, de Walter Ruttmann, podem ser encarados como filmes que precedem os *videoclips* de hoje em dia, devido à forma como ambos os realizadores trabalharam a imagem em sincronia com som e efeitos, criando uma narrativa inovadora e que originaria uma nova forma de pensar e encarar as inúmeras possibilidades de se trabalhar a imagem. Também os filmes musicais dos anos 30 podem ser considerados como o género que originou os *videoclips*, devido às semelhanças na sua constituição formal.

“Many videoclips have also been associated with Hollywood musicals of the thirties, not because the transposed system has a similarity of content and aesthetics, but because of a similarity of structures.”⁷

Há também que mencionar as “Silly Symphonies”, uma série de curtas-metragens de animação produzidas pela Walt Disney Productions entre 1929 e 1939, onde as pequenas narrativas animadas eram acompanhadas por músicas compostas para acompanhar as imagens, tendo servido como uma plataforma de experimentação e inovação no processo de relacionamento entre som e imagem animada.

Nos anos 50, a invenção da Scopitone⁸ veio trazer uma nova contribuição para o desenvolvimento daquilo a que se viria a chamar “*videoclip*” ou “vídeo musical”,

⁷ STOCKBRIDGE, Sally, “Intertextuality: Video Music Clips and Historical Film”, in T. O’Regan & B. Shoesmith eds. *History on/and/in Film*, Perth: History & Film Association of Australia, 1987, p. 3

⁸ A Scopitone era um tipo de jukebox acompanhada por um projector de cinema no formato de 16mm, criada em França por uma empresa que dava pelo nome de “Compagnie d’Applications Mechaniques à Electronique au Cinéma et à Atomistique” (CAMECA); este novo meio audiovisual surgiu também

sendo que foi também com a Scopitone que se deu a conhecer ao mundo as potencialidades comerciais do *videoclip*, servindo como plataforma de lançamento e de divulgação de diversos artistas no ramo da música. Contudo, apenas na década seguinte se inicia uma produção mais ampla de *videoclips*, já mais próximos do formato com que são produzidos actualmente, e que serviam de promoção a bandas e cantores com The Beatles, The Rolling Stones ou David Bowie. Desta forma, foram as décadas de 60 e 70 que viram nascer os primeiros programas de televisão dedicados exclusivamente à exibição de *videoclips*, como o “Top of the Pops” no Reino Unido, ou “Countdown” e “Sounds” na Austrália.

O ano de 1981 pode ser indicado como o início da era moderna na História dos *videoclips*, com o lançamento do canal MTV nos Estados Unidos da América. O sucesso do canal, que tinha como objectivo inicial emitir vídeos musicais 24 horas por dia, foi esmagador, pelo que em poucos anos este foi difundido por vários países do mundo, estando actualmente presente em 167 países no mundo, com 120 canais diferentes, com grelhas adaptadas a diferentes países e a diversos estilos de música. Foi também nos anos 80, mais concretamente em 1982, que surgiram os primeiros prémios para os melhores *videoclips*. Os prémios Grammy introduziram a categoria de “Vídeo do Ano”, com o intuito de condecorar o vídeo musical com maior destaque, tanto nos campos artístico como técnico. Apenas dois anos depois, em 1984, o canal MTV, em clara e rápida expansão, organiza a cerimónia “MTV Video Music Awards”, onde os melhores *videoclips*, dentro dos diferentes géneros musicais, são premiados, numa cerimónia anual que se mantém até aos dias de hoje. No mesmo ano, o Grammy para “Vídeo do Ano” é substituído por duas novas categorias, a de “Melhor Vídeo Musical Longo” e “Melhor Vídeo Musical Curto”, tornando os prémios Grammy para a área do *videoclip* bastante mais específicos, fazendo-se uma distinção no que diz respeito à extensão dos vídeos, o que permite uma avaliação mais focada nas características de cada um.

Ambas as cerimónias aqui referidas deram um contributo fundamental para o crescimento e maior aceitação por parte do público do género emergente que era o *videoclip*. O facto de existirem condecorações para os *videoclips* levou a que estes

noutros países na mesma época, dando pelo nome de “Cinebox” em Itália, ou “Color-Sonics” nos Estados Unidos da América. A Scopitone e os modelos que se lhe seguiram são hoje apontados como as primeiras formas, ainda que rudimentares, de circulação dos videoclips, podendo ser apelidados de predecessores da MTV ou Youtube.

fossem encarados progressivamente como um género audiovisual distinto de todos os outros, ao mesmo tempo que passaram a ser reconhecidos como mais uma parte no trabalho de qualquer artista musical, devendo os *videoclips*, tal como a música, estar de acordo com a imagem e sonoridade do artista.

Torna-se então claro que a segunda metade dos anos 80, e toda a década de 90 viu o consumo de *videoclips* ter um crescimento muito superior ao que seria expectável. Os *videoclips* tornaram-se um produto de consumo de massas, tendo uma forte influência a nível social, tanto no que diz respeito à forma de vestir e de dançar, como até no que toca a formas de agir e modos de pensar. Esta influência foi tão forte que se criou o termo “Geração MTV”, originalmente cunhado pela própria estação, fazendo referência aos jovens do final do século XX, ávidos consumidores da cultura pop, em grande desenvolvimento na época.

É ainda importante afirmar que estes anos iniciais na História do *videoclip* foram, como acontece com qualquer novo produto, aquilo a que se pode chamar de “anos de laboratório”, permitindo aos artistas reinventarem-se na forma como se apresentavam ao público através da imagem transmitida por estes vídeos, ao mesmo tempo que os realizadores e produtores foram desenvolvendo novas técnicas de filmar e editar, adaptando a estética visual à sonoridade, reconhecendo capacidades narrativas no género ou fazendo uso de efeitos especiais para transmitir determinada ideia. Por outro lado, a massificação dos *videoclips* revelou as suas potencialidades comerciais dentro da indústria musical, pelo que a realização de *videoclips* passou a ter um papel fundamental para a divulgação de novos álbuns, sendo que se tornou comum e quase inevitável o lançamento de um videoclip a acompanhar pelo menos o primeiro *single* de qualquer álbum musical.

Ao abordar, ainda que de uma forma geral e sucinta, a História e evolução dos *videoclips*, é inevitável mencionar a criação do YouTube⁹, em 2005. O modo como os espectadores tinham acesso aos vídeos musicais assumiu novos contornos, permitindo um acesso extremamente mais fácil e rápido a qualquer *videoclip*¹⁰.

⁹ O YouTube é um website, lançado em Fevereiro de 2005 nos Estados Unidos da América, e que permite aos utilizadores fazerem upload, partilharem e visualizarem diversos tipos de vídeos.

¹⁰ Há que ter em consideração que este acesso generalizado a *videoclips* não se verificou imediatamente aquando do lançamento do site Youtube, já que inicialmente a maioria dos vídeos disponíveis no Youtube provinham de gravações privadas, sendo que só alguns anos depois se

Esta evolução dos meios em que os *videoclips* são difundidos e exibidos tem também um impacto efectivo no lugar que o *videoclip* ocupa junto dos consumidores. O valor comercial de qualquer *videoclip* é inegável, pois como já foi mencionado, estes surgem como forma de divulgação de um produto musical, seja este uma canção específica, uma banda ou cantor/a, de tal modo que desde os seus primórdios, o videoclip sempre se viu inserido na indústria de produção musical. Contudo, não será errado afirmar que, ao longo do tempo, o videoclip passou de um objecto visual promocional, acima de tudo, para um objecto de consumo em si mesmo, uma ideia que segue a mesma linha de pensamento de Lilian Reichert Coelho, a qual, referindo-se aos *videoclips*, afirma que “(...) mesmo destinado à promoção de outro(s) produto(s), constitui-se algo singular.”¹¹

O lançamento do canal MTV, que rapidamente alastrou a todos os continentes, foi um primeiro passo para uma difusão de *videoclips* à escala global, mas foi apenas com a criação do YouTube que esta tendência para o consumo de *videoclips* como um produto “em si” se manifestou por completo. É claro que, ainda hoje, a visualização de um *videoclip* serve para dar a conhecer ao mundo uma determinada música ou artista. No entanto, é justo afirmar que o *videoclip* passou de um meio para se chegar a um fim (o consumo da música de um artista em concreto e, em último caso, a compra do álbum do mesmo), para um fim em si mesmo (a simples visualização do *videoclip*). Numa sociedade em que a imagem tem um papel cada vez mais preponderante, as formas de consumo de produtos que não possuem *a priori* uma componente visual vão sendo alteradas, de tal modo que actualmente, grande parte da música produzida a nível mundial é consumida através das imagens que a acompanham, ou seja, a audição de música e álbuns faz-se cada vez mais através dos *videoclips* que lhes correspondem, o que está patente nos milhões de visualizações no YouTube, muito superiores ao número de vendas dos álbuns¹².

popularizaram os canais oficiais de bandas, artistas ou editoras, os quais disponibilizam diversos videoclips oficiais.

¹¹ COELHO, Lílian Reichert, “Um Mundo Vibrante de Formas e Cores no Videoclip de Michel Gondry”, *Revista de Estudos da Comunicação*, Curitiba, vol.9, nº20, p. 203-212, Set./Dez. 2008, p. 204

¹² A título de exemplo poderá mencionar-se o álbum *Get Born*, da banda australiana Jet, o qual já vendeu cerca de 3,5 milhões de cópias a nível mundial, desde o seu lançamento em 2003, ao passo que o primeiro single desse mesmo álbum, intitulado “Are You Gonna Be My Girl” tem cerca de 7 364 437 visualizações na página de YouTube oficial da banda, o que representa mais do dobro das vendas do álbum.

Torna-se assim claro como, à semelhança de qualquer nova forma de comunicação, o *videoclip* foi evoluindo ao longo dos tempos, adquirindo influências de diversas origens, tal como as suas formas de propagação e divulgação também conheceram uma linha evolutiva, de tal modo que hoje o videoclip é parte essencial da cultura mediática mundial.

Intertextualidade

Do som nascem imagens

Os *videoclips* possuem na sua génese a característica especial e única, dentro dos géneros audiovisuais, de surgirem sempre inevitavelmente depois da criação de uma canção, ou seja, qualquer *videoclip* será sempre sucessor de uma canção em particular, não podendo ser criado a partir do nada. Desta forma, torna-se claro que há uma composição artística prévia (a canção), e só a partir desta se poderá criar uma nova obra, o *videoclip*¹³.

Assim, o *videoclip* é por si próprio um género que nasce com base na intertextualidade, conceito cunhado por Julia Kristeva, e segundo a qual *“todo o texto é absorção e transformação de um outro texto”*¹⁴; a palavra “texto” deve aqui ser encarada no seu sentido mais lato, abarcando qualquer produção artística ou cultural, quer seja num suporte visual ou não. Deste modo, e tendo em conta nada mais do que a sua intertextualidade inerente, o *videoclip* será então um produto (texto) que deriva de outros textos (a música e letra de uma canção) com significado próprio, e que se relaciona intimamente com estes.

*“Intertextuality seems such a useful term because it foregrounds notions of relationality, interconnectedness and interdependence in modern cultural life.”*¹⁵

É de reforçar o carácter de “interdependência” proposto por Graham Allen, dado que, ao contrário do que acontece noutros casos, o *videoclip* depende da canção, pois é esta que dá azo a que este seja criado. Por outro lado, como já foi visto anteriormente, actualmente, no mundo da indústria discográfica, os *videoclips* desempenham um papel preponderante na divulgação da música, e na forma como esta é consumida pelo público. Contudo, a relação estabelecida entre canção e *videoclip* não impede que este último possua uma identidade e significado próprios; o

¹³ Não se pretende aqui que o *videoclip* seja encarado como uma forma de arte; de facto, as posições relativamente a essa questão são ainda bastante discrepantes no meio académico. Contudo, assume-se que a música, a canção da qual provém o *videoclip*, é uma criação artística, e que o *videoclip* possui qualidades estéticas e técnicas inegáveis.

¹⁴ KRISTEVA, Julia, *Introdução à Semanálise*, Ed. Perspectiva, São Paulo, 1974

¹⁵ ALLEN, Graham, *Intertextuality (The New Critical Idiom)*, Routledge, 2000

facto de ter como pano de fundo uma canção concreta não faz com que o *videoclip* seja necessariamente a “tradução” visual dessa mesma canção. Som e imagem pertencem a regimes de significação diferentes, pelo que é impossível “tornar uma música visível”, se assim se pode dizer. O que acontece neste caso será uma forma de *ekphrasis*, tal como definida por Claus Clüver, o qual afirma que “*pode-se considerar todas as formas de ekphrasis como transposições intersemióticas*”¹⁶, ou seja, o *videoclip* “transfere” a canção para um regime onde os signos são as imagens, ao passo que na sua forma original, a canção é composta por palavras (letras) e acordes melódicos, pertencentes a um regime de significação completamente distinto. A música e letra de uma canção podem ser interpretadas, e o mesmo acontece com as imagens veiculadas pelo *videoclip*, e por isso mesmo pode afirmar-se que o próprio significado de um *videoclip* não é algo imutável.

*“Video music clips transpose systems of signs from other systems which may be recognised and recognisable, however, the meaning attributable to these systems undergoes a change. The presence of different viewers also means that the meaning may involve, and evolve with, their differences. It is not the intentions of the author or authors that controls and determines meaning.”*¹⁷

Qualquer som, ou canção neste caso em concreto, possui o poder de evocar determinadas imagens, transporta consigo uma certa ambiência; há ainda que ter em conta a letra da canção, que pode ou não contar determinada história, pode ser mais ou menos explícita, mas que faz sempre referência a um ou mais temas, e que portanto tem o poder de criar imagens na mente de quem a ouve. Letra e música unem-se então para formar uma canção com um significado próprio, que apesar de tudo não é estanque, estando susceptível à interpretação pessoal de quem a ouve, como acontece com qualquer obra artística. É esta liberdade interpretativa que vai permitir a criação de um *videoclip*. Torna-se então necessário delimitar a noção de

¹⁶ CLÜVER, Claus, “Estudos interartes: conceitos, termos, objectivos”, *Literatura e Sociedade*, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências da Universidade de São Paulo, n. 2, 1997, p. 43

¹⁷ STOCKBRIDGE, Sally, “Intertextuality: Video Music Clips and Historical Film”, in T. O’Regan & B. Shoesmith eds. *History on/and/in Film*, Perth: History & Film Association of Australia, 1987, p. 2

intertextualidade, até aqui abordada de uma forma ainda bastante abrangente, já que o *videoclip*, mais do que relacionar-se com determinada música, nasce dela; assim, a música estará sempre presente em qualquer *videoclip* visualizado, não só por se ouvir a música enquanto se vêem as imagens, mas também porque essas mesmas imagens foram criadas especificamente para tornar visual um certo tema musical. Chega-se assim à noção de Gérard Genette, que define intertextualidade como “*uma relação de co-presença entre dois ou vários textos, isto é, essencialmente, e o mais frequentemente, como presença efetiva de um texto em um outro*”¹⁸ Esta definição mais “restritiva”, como o próprio a adjectiva, enquadra-se perfeitamente naquilo que é a intertextualidade no *videoclip*, pois como já se tornou claro, existe uma presença física de um texto (a música) no texto que é o *videoclip*.

A presença da música nas imagens pode, no entanto, efectivar-se de uma forma mais ou menos explícita. Em alguns casos, a leitura que se faz de uma determinada música é extremamente literal, evocando-se imagens e situações às quais a letra da música se refere. Um exemplo disso é o *videoclip* do tema “Sharp Dressed Man” (1983), da banda norte-americana ZZ Top; a letra da canção refere-se a um homem “bem vestido”, que deixa as raparigas loucas por ele, e é exactamente isso que se pode ver no *videoclip*¹⁹. A aproximação entre imagens e conteúdo lírico vai ainda mais longe, já que os objectos mencionados pelo vocalista são ilustrados com imagens, ou seja, ouve-se o vocalista a dizer “clean shirt, new shoes” (camisa lavada, sapatos novos) e vêem-se imagens disso. O mesmo acontece no *videoclip* do tema “Brianstorm” (2007), da banda inglesa Arctic Monkeys, no qual se podem ver “flashes” de imagens que representam as palavras enunciadas pelo vocalista²⁰²¹. Noutros casos, as referências imagéticas ao sentido da música não são tão literais, mas continuam presentes. Por exemplo, ao longo do *videoclip* do tema “Shake Your Foundations” (1985), da banda AC/DC, o local onde a banda actua “abana”, como que atingido por um tremor de terra, e tudo se vai desmoronando aos poucos, culminando com a banda

¹⁸ GENETTE, Gérard, *Palimpsestos: a literatura de segunda mão*, Extratos traduzidos do francês por Luciene Guimarães e Maria Antônia Ramos Coutinho, Cadernos do Departamento de Letras Vernáculas, Belo Horizonte, UFMG/Faculdade de Letras, 2005.

¹⁹ Ver anexo C.

²⁰ Mais especificamente, quando o vocalista menciona a palavra “jacuzzi”, podem ver-se imagens de um, ou quando se ouve a palavra “thunder” (trovão), surgem imagens de uma trovoadas.

²¹ Ver anexo D.

a tocar ao ar livre²², sendo então notória a relação entre as imagens e o tema da canção, que se refere a um “abandar dos alicerces”. No *videoclip* do tema “Loosing My Religion” (1991), dos R.E.M, passa-se algo semelhante, pois tal como a música se refere a questões religiosas, também no *videoclip* se podem ver elementos alusivos a diversas religiões.

É ainda relevante reforçar o facto de que a música pode materializar-se não só nas imagens em concreto, mas no modo como estas se articulam, e neste caso a edição terá um papel preponderante. Assim, será o conteúdo sonoro da canção que estabelecerá uma ligação mais forte com as imagens, ao contrário do que acontecia nos exemplos anteriores, nos quais o conteúdo lírico desempenhava um papel fulcral para o desenvolvimento do *videoclip*. A articulação entre o som que se ouve, sem ter em conta as palavras e o seu significado, e as imagens vai então ser estabelecida através dos processos de edição, seja com a montagem ou pela utilização de efeitos especiais. No início do *videoclip* do tema “Take Me Out” (2004), da banda Franz Ferdinand, é especialmente notória a utilização dos processos de montagem de modo a que som e imagem estejam em total consonância, visto que os cortes na imagem correspondem ao ritmo da música que se ouve. Já no caso do *videoclip* realizado para o tema “Seven Nation Army” (2003), da banda The White Stripes, são os efeitos especiais que criam como que uma “harmonia” entre som e imagem; ao longo da música pode ouvir-se repetidas vezes um *riff*²³ muito característico, e esta repetição melódica que caracteriza a canção foi “imagnetizada” no *videoclip* através de uma repetição de imagens que surgem como que num *loop*, onde se podem ver os dois elementos da banda a tocar e cantar.

Esta mencionada presença da música na imagem pode ainda efectuar-se de formas ainda mais rebuscadas, mas uma leitura mais aprofundada permite ao espectador do *videoclip* evocar os conteúdos sonoro e lírico da canção nas imagens visualizadas; a própria conceptualização do *videoclip*, a escolha dos planos e enquadramentos, as técnicas de filmagem e montagem podem ser usadas ao serviço da música, fazendo com que *videoclip* e canção se interliguem na mensagem a

²² Ver anexo E.

²³ Um *riff* é uma estrutura ou conjunto de acordes, que se repetem numa música, compondo a sua base melódica.

transmitir. Esta ideia torna-se mais clara se se analisar o *videoclip* do tema “Bad Attitude” (1987), da banda britânica Deep Purple. Nesta canção, a música é bastante “forte”, por assim dizer, com grande ênfase dado aos instrumentos, às batidas da bateria e aos acordes de guitarra, acompanhados de uma letra extremamente irreverente, que critica as “más atitudes”, mas fá-lo de uma forma quase ameaçadora e arrogante. Este ambiente irreverente, forte também se pode sentir através das imagens, muitas vezes desfocadas, e fazendo uso de efeitos especiais que dividem a imagem numa espécie de pedaços rasgados²⁴. Desta forma, aqui a relação entre canção e *videoclip* estabelece-se acima de tudo através da sua “partilha de valores”, da assumpção da mesma atitude.

É impossível delimitar ou enumerar as formas de interligação entre som e imagem, entre canção e *videoclip*, pois como qualquer obra de arte, cada canção evoca sensações, emoções, imagens diferentes, dependendo da pessoa que a ouve, e devido ao facto de nenhuma canção ter um significado estanque, estas podem ser interpretadas de incontáveis formas diferentes; porém, tendo em conta a noção de intertextualidade de Genette, segundo o qual este conceito se refere a um “texto” onde outro “texto” está presente, seja de que maneira for, e avaliando os *videoclips* analisados e alguns dos exemplos dados anteriormente, será possível definir três formas principais de construção de um *videoclip* a partir de uma canção em concreto, a saber:

1. **literal**, na qual predomina o uso de imagens que estão a ser proferidas pelo vocalista, sendo dando maior ênfase à letra do que ao conteúdo melódico, no *videoclip*;
2. **estrutural**, em que é visível uma consonância entre o ritmo e a música da canção e as imagens, visto que se assemelham na sua estrutura básica;
3. **conceptual**, na qual canção e *videoclip* veiculam uma ideia semelhante, ou se apoiam no mesmo conceito.

Obviamente, em certos *videoclips* pode fazer-se uso das três formas aqui propostas, ou de duas delas; nenhum *videoclip* é realizado de uma forma

²⁴ Ver anexo F.

exclusivamente literal, ou estrutural, ou conceptual. Pelo contrário, estes distintos modos de se ouvir e “imagnetizar” uma canção estão na maioria das vezes, todos eles, presentes nos videoclips, embora em alguns casos seja mais evidente uma forma ou outra de encarar a canção e torná-la um objecto que pertence ao campo do visível. Os modos de construção de *videoclips* aqui definidos devem servir como linhas orientadoras para a análise de um *videoclip*, ou até para a sua execução, não sendo de todo categorias estanques ou imutáveis. Estas formas são antes referências à liberdade interpretativa que cada um possui no que diz respeito à música, e reforçam a ideia de que a noção de intertextualidade que se aplica aos *videoclips* pode ser interpretada de várias formas, isto é, que apesar de a canção estar sempre presente no *videoclip*, esta presença se pode manifestar de diversas formas, e por fim que a intertextualidade entre canção e *videoclip* se refere não só à ligação entre som e imagem, pois há que ter em conta a letra e música da canção, e os planos, enquadramentos, tipo de imagens utilizadas, montagem e utilização de efeitos especiais no *videoclip*, de modo a compreender-se que as linhas que unem ambos são inextricáveis e complexas.

Das imagens, outras imagens

A intertextualidade inerente ao género audiovisual que é o *videoclip* pode ser levada a outro patamar, com a inserção de referências a outras obras artísticas.

Estas referências, que podem ser mais ou menos explícitas, têm o poder de alterar por completo a percepção que o espectador tem do *videoclip*, e até da música em si mesma. No entanto, é necessário que haja um conhecimento prévio das obras para as quais o *videoclip* remete, ou essas referências poderão passar completamente despercebidas, o que fará com que as imagens que ilustram a canção sejam apreendidas de um modo totalmente diferente.

Deste modo, a presença da intertextualidade neste género ganha uma nova dimensão, pois muito mais de que a mera “tradução visual” do som, o *videoclip*, quando incorpora em si imagens que remetem para algo que lhe é anterior, gera um novo campo de significação que ultrapassa a música, e que se centra sobretudo nas referências visuais que são feitas, as quais podem funcionar como paródia ou aludir a temas que, à partida, não pareciam figurar no conteúdo lírico da canção.

Ao longo da História do *videoclip*, muitos são os casos em que se utilizaram elementos provenientes de filmes, obras de arte, fotografia, livros ou programas televisivos, entre outros, sendo impossível apontar exemplos para cada uma das artes ou géneros a que os *videoclips* podem fazer referência; ainda assim, tentar-se-á fazer um levantamento dos géneros que mais vezes surgem referenciados, explicitando-se de que modo estas alusões alteram o significado do *videoclip*.

a) *O cinema nos videoclips*

O cinema será indubitavelmente o género artístico que mais é usado como referência na produção de *videoclips*; não se faz aqui referência à utilização do cinema no que diz respeito à sua forma, às técnicas utilizadas, embora obviamente a realização de um *videoclip* se possa equiparar em muitos campos à realização de uma curta ou longa-metragem. Tendo em conta a intertextualidade presente no *videoclip*, o que é relevante são os conteúdos imagéticos e até temáticos que provêm do cinema, e são posteriormente utilizados na concepção de um *videoclip*; estas referências podem dizer respeito a um género dentro da arte cinematográfica, ou podem até mesmo aludir a um filme em concreto, como se poderá compreender através dos exemplos que se seguem.

1. Como primeiro caso analisado, veja-se o *videoclip* do tema “Knights of Cydonia” (2006), da banda britânica Muse, no qual está patente uma utilização clara das estéticas e das temáticas dos géneros “western spaghetti” e “pós-apocalípticos”. Apesar do título, a letra da música fala sobretudo da necessidade de cada um lutar por aquilo em que acredita, pelos seus direitos; já o *videoclip* é construído como uma curta-metragem, onde figuram os créditos iniciais e finais, semelhantes àqueles que se podem ver nos filmes “western spaghetti”²⁵. Além do mais, planos da paisagem ou grandes planos dos rostos das personagens, que surgem amiúde no *videoclip*²⁶, são também característicos do género referido anteriormente. As analogias continuam, no que diz respeito ao guarda-

²⁵ Ver anexo G 1 e 2.

²⁶ Ver anexo G 3.

roupa, caracterização e cenários. Por outro lado, a narrativa desenvolvida no videoclip estabelece também pontos de contacto com as veiculadas nos “western spaghetti”, em primeiro lugar porque as personagens principais são um cowboy e o xerife da cidade, personagens essas recorrentes neste género, e que entram em confronto, algo também bastante comum no “western spaghetti”, havendo portanto um mesmo uso da violência tanto no *videoclip* como no género para o qual este remete²⁷.

Quanto às referências ao género “pós-apocalíptico”, estas são sobretudo visuais, com a inserção de hologramas, robots, cenários de fim de mundo (como por exemplo, a Estátua da Liberdade, que aparece semi-destruída) ou adereços, tais como as armas futurísticas empunhadas pelos personagens²⁸.

Torna-se assim evidente que a utilização de elementos intertextuais pode alterar a forma como o espectador assimila o *videoclip*, pois um indivíduo que tenha algum conhecimento relativo aos géneros a que o *videoclip* faz menção será transportado para o universo desses géneros, conseguindo fazer uma interpretação mais aprofundada das imagens do que aquela que seria a interpretação de alguém que desconhece as características dos géneros referidos no *videoclip*.

2. O segundo exemplo será o *videoclip* do tema “Neighbours” (1981), da banda The Rolling Stones. O conteúdo lírico da canção incide globalmente numa queixa contra os vizinhos, e o modo como estes podem perturbar a vida quotidiana. Ora, neste caso, o *videoclip* vai de encontro à temática abordada pela canção, representado um edifício onde se vê a banda a tocar e outros espaços onde figuram os “vizinhos”, sendo simultaneamente uma óbvia alusão ao filme *Janela Indiscreta*, de Alfred Hitchcock²⁹. Além das semelhanças a nível do tema³⁰, já que tanto no videoclip como no filme os

²⁷ Ver anexo G 4.

²⁸ Ver anexo G 5 e 6.

²⁹ Ver anexo H.

³⁰ A narrativa do filme versa sobre um indivíduo que, impossibilitado de sair de casa, testemunha as vivências dos seus vizinhos, acabando por descobrir que um deles comete um assassinio.

vizinhos acabam por suscitar incómodos na vida uns dos outros, podem também testemunhar-se referências a nível visual, pelos planos utilizados e até pelo tipo de janelas e paredes, bastante parecidos em ambos os produtos audiovisuais aqui em comparação. Assim, o conhecimento prévio do filme “Janela Indiscreta”, além de ajudar a lançar algum sentido sobre as imagens veiculadas pelo *videoclip*, altera até a percepção que o espectador pode ter da canção, na medida em que a ilustração visual que é feita do tema baseia-se num filme em que um dos vizinhos era um assassino, o que faz com que a temática abordada no conteúdo lírico da canção (problemas com os vizinhos) ganhe outra dimensão, já que os vizinhos “incómodos” referidos na letra são no *videoclip* como que equiparados a um vizinho assassino, devido à utilização do filme de Hitchcock como referência. Claramente, um indivíduo que visualize o videoclip de “Neighbours” sem ter conhecimento da narrativa do filme “Janela Indiscreta”, terá uma percepção completamente diferente do tema e do *videoclip* que lhe está associado, olvidando as relações entre ambos, o que vem demonstrar a importância da intertextualidade na construção do significado do “texto”.

3. Um outro exemplo de *videoclip* onde surgem elementos provenientes de um filme é o *videoclip* do tema “Today” (1993), da banda The Smashing Pumpkins, inspirado em *Zabriskie Point*³¹, de Michelangelo Antonioni. Neste caso, as pontes de contacto estabelecidas entre o *videoclip* e o filme não serão tão óbvias como as evidenciadas no exemplo anterior, mas ainda assim manifestam-se em diversos momentos e de variadas formas. O *videoclip* é composto por imagens de um vendedor de gelados (interpretado pelo vocalista da banda, Billy Corgan), que sai da cidade e vai para o deserto; pelo caminho, encontra vários casais apaixonados e uma jovem, que se junta a ele na sua viagem. Os dois acabam por parar numa estação de abastecimento de combustível onde, juntamente com outros

³¹ *Zabriskie Point* é um filme de 1970, realizado pelo italiano Michelangelo Antonioni, que retrata os EUA do final dos anos 60, através do olhar de dois jovens “Mark” (Mark Frechette) e “Daria” (Daria Halprin), ambos representando o lado “anti-sistema” e “contra-cultura”.

jovens, pintam a carrinha de gelados onde viajam. O *videoclip* termina com todos os jovens partindo na recém-pintada carrinha, à excepção do vendedor de gelados, que fica sozinho no deserto. Além da inspiração no filme, o *videoclip* baseia-se também num acontecimento da infância de Billy Corgan, em que um vendedor de gelados se despediu do emprego, doando todo o stock da sua carrinha às crianças do bairro.

O *videoclip* acaba então por ser uma adaptação desta recordação do vocalista à narrativa de *Zabriskie Point*; no *videoclip*, surge também um casal de jovens, num cenário de deserto, o guarda-roupa é dos anos 60, época em que decorre a acção do filme, e finalmente, a cena em que a carrinha de gelados é pintada, algo que acontece igualmente no filme, mas com um avião³². Por outro lado, tanto o *videoclip* com o filme apelando a um ideal de libertação, veiculando portanto a mesma mensagem.

Novamente, o espectador que conheça o filme *Zabriskie Point* encontrar-se-á mais bem preparado para assimilar por completo o significado do *videoclip*, podendo interpretar as imagens de um modo mais apurado, e descortinando as semelhanças existentes, tanto a nível imagético como temático, entre os dois produtos audiovisuais.

b) A televisão nos videoclips

Alguns programas de televisão são também utilizados na realização dos videoclips, neste caso não tanto a nível estético mas mais a nível temático, surgindo sobretudo como forma de paródia ou crítica social. Vejam-se os seguintes exemplos:

1. O *videoclip* do tema “I Want To Break Free” (1984), dos Queen, é uma paródia à novela *Coronation Street*³³. Nas imagens podem ver-se os elementos da banda vestidos de mulher, numa clara referência às personagens da série³⁴. Novamente, o conhecimento da novela e das personagens que dela fazem parte irá contribuir para que o espectador

³² Ver anexo I.

³³ *Coronation Street* é uma novela britânica, que conta o dia-a-dia de personagens da classe média. A série está no ar desde os anos 60 até à actualidade.

³⁴ Ver anexo J.

possa compreender o lado humorístico do videoclip; além do mais, o próprio título da canção, “I Want To Break Free”, proferido diversas vezes ao longo do tema, pode ser encarado numa nova perspectiva para os conhecedores da série, já que o vocalista Freddie Mercury, que parodia a personagem “Bet Lynch”, ao cantar a frase “I Want To Break Free” estará porventura a referir-se ao desejo da personagem de se “libertar” da vida que leva na série, ou até mesmo da própria série, em exibição já há cerca de 2 décadas aquando da gravação do *videoclip*. A presença de elementos de um programa televisivo altera assim toda a concepção do *videoclip*, sendo que o conhecimento da série referida faz com que o espectador apreenda mais plenamente o sentido do *videoclip*, sendo até possível, como já foi mencionado, perceber o conteúdo lírico de uma forma distinta.

2. Como segundo exemplo, poder-se-á referir o *videoclip* do tema “Sleep Now In The Fire” (1999), dos norte-americanos Rage Against The Machine. A canção em questão expressa uma clara crítica à sociedade capitalista, crítica essa que é levada ainda mais longe pelo videoclip; além do facto de a banda ter gravado o videoclip actuando à frente do edifício onde funciona a bolsa de valores nova-iorquina, em Wall Street, fazendo com que a sessão tivesse de ser encerrada e as autoridades tivessem que intervir, são feitas também alusões bastante óbvias ao popular programa de televisão *Quem Quer Ser Milionário?*³⁵³⁶. O concurso é no *videoclip* ridicularizado, tanto pelas interpretações dos “concorrentes” e “apresentador”, como pelo tipo de perguntas que nele surgem. O objectivo da referência a *Quem Quer Ser Milionário?* não será tanto parodiar o concurso em si, mas antes criticar a sociedade capitalista em si e a mediatização de que são alvo este tipo de programas televisivos, que apelam fortemente ao capitalismo. Assim, a crítica será mais bem compreendida se o espectador do *videoclip* tiver um

³⁵ *Quem Quer Ser Milionário?* (*Who Wants to Be A Millionaire?* nos Estados Unidos da América e Reino Unido) é um programa de perguntas de cultura geral, no qual o objectivo principal é responder acertadamente ao máximo de perguntas possível, para que assim se possa ganhar um maior montante em dinheiro.

³⁶ Ver anexo L.

conhecimento prévio do concurso e daquilo que ele implica, sendo este um exemplo claro de como o uso de elementos de outros géneros pode ser proveitoso para o reforço da ideia a ser veiculada pelo *videoclip*.

c) *As artes plásticas nos videoclips*

Desde os seus primórdios que existe uma estreita relação entre as artes plásticas, em particular a pintura, e o cinema (e, conseqüentemente, a televisão); os géneros audiovisuais encontram assim nas artes plásticas antecessores que lançaram algumas bases técnicas essenciais para o seu desenvolvimento. Não será então de estranhar que um produto audiovisual como é o *videoclip*, em muitos dos casos faça uso de referências provenientes destas mesmas artes, dando ênfase à importância do visual na sua concepção. Apresentar-se-ão de seguida alguns exemplos de *videoclips* que incorporam em si elementos originários das artes plásticas, explicitando-se a relevância do uso destas mesmas referências.

1. Como primeiro exemplo, tenha-se em conta o *videoclip* do tema “Can’t Stop” (2002), da banda norte-americana Red Hot Chilli Peppers, inspirado nas *One-Minute Sculptures*³⁷, do austríaco Erwin Wurm. Neste caso, a utilização de elementos intertextuais é bastante explícita, dado que no final do *videoclip* se pode ler “Inspired by ‘One-Minute Sculptures’ of Erwin Wurm”, sendo que a visualização do *videoclip* conduz o espectador directamente ao objecto artístico que este incorpora. Contudo, apesar da já referida inscrição, a própria construção do *videoclip* remete de uma forma bastante óbvia para a série *One-Minute Sculptures*, pois ao longo do *videoclip* podem ver-se os diversos elementos da banda assumindo poses estranhas, e segurando ou ladeados pelo mesmo tipo de objectos que surgem na série em questão³⁸. Desta forma, mais do que inspirar-se na

³⁷ *One-Minute Sculptures* é uma série da autoria de Erwin Wurm; iniciada nos anos 80, e tendo progredido até à actualidade, esta obra é composta por imagens (em fotografia ou vídeo), onde diversos sujeitos posam em poses consideradas estranhas, juntamente com objectos do quotidiano, como baldes, baldes de lixo ou garrafas de plástico. Devido ao carácter efémero de tal trabalho, indicado à partida no próprio nome (“Esculturas de Um Minuto”, na sua tradução literal), as esculturas apenas prosperam no tempo pois são capturadas em imagem, através de vídeo ou fotografia.

³⁸ Ver anexo M.

série *One-Minute Sculptures*, o *videoclip* quase que se torna um dos elementos dessa mesma série, já que são recriadas as mesmas condições necessárias ao artista Erwin Wurm para produzir uma fotografia ou vídeo que possa ser incorporado na série. Compreende-se assim como o uso de elementos intertextuais enriquece o *videoclip*, conferindo-lhe características que são atribuídas a “obras de arte”, e como o espectador pode adquirir novos conhecimentos e ser direcionado para novas obras e peças artísticas através da visualização do mesmo.

2. O *videoclip* do tema “Losing My Religion” (1991), da banda R.E.M. é também um exemplo da forte incorporação das artes plásticas, neste caso da pintura, neste género audiovisual. A presença da obra de Caravaggio neste *videoclip* manifesta-se em termos estéticos e em termos representativos; as semelhanças estéticas entre o *videoclip* de “Losing My Religion” e a obra de Caravaggio revelam-se desde o início com a ausência de luz e muitas sombras, o que confere um carácter algo dramático à imagem. Além disso, diversos quadros do pintor são representados no *videoclip*; a título de exemplo, pode referir-se uma cena em que quatro homens surgem no ecrã, numa clara representação da pintura “Incredulità di san Tommaso”³⁹.

O conhecimento prévio da obra de Caravaggio enriquecerá então a experiência de visualização do *videoclip*, permitindo ao espectador reconhecer os diversos elementos representativos do trabalho do pintor ao longo de todo o *videoclip*, o que poderá auxiliar na interpretação do significado das imagens visualizadas.

d) A literatura nos videoclips

A relação que desde cedo se estabeleceu entre a literatura e géneros audiovisuais como o cinema e a televisão estende-se também aos *videoclips*; tal como acontece nos outros dois géneros mencionados, muitos *videoclips* apresentam

³⁹ Ver anexo N.

narrativas bastante coerentes, surgindo como curtas adaptações de histórias ou livros para imagem. Esta transposição do meio literário para o meio audiovisual pode dar-se de uma forma mais literal ou mais livre, sendo que a ideia principal a reter é a de que muitos *videoclips* se baseiam em “textos” provenientes da literatura, “imagnetizando-se” assim a canção através da filmagem de uma narrativa que lhe pode ser exterior.

1. O videoclip do tema “November Rain” (1991), da banda norte-americana Guns N’ Roses é um exemplo da presença e influência da literatura neste género audiovisual. Este *videoclip* é uma adaptação do conto “Without You”⁴⁰, do escritor Del James, possuindo por isso um acentuado carácter narrativo. Neste videoclip podem ver-se cenas de um casamento, onde as personagens dos noivos são interpretadas pelo vocalista da banda, Axl Rose, e a sua namorada Stephanie Seymour, intercaladas por cenas onde a banda actua num teatro, acompanhada por uma orquestra. Ao longo do *videoclip* são fornecidas ao espectador várias pistas que podem ser interpretadas como evidências do inevitável final trágico⁴¹, já que a “noiva” acaba por morrer, sendo que os últimos minutos do videoclip mostram o seu funeral. Deste modo, torna-se evidente que o conto e o *videoclip* partilham uma linha narrativa semelhante, apesar de haver algumas discrepâncias entre ambos, podendo então considerar-se o *videoclip* uma adaptação audiovisual do conto. A transposição de um sistema de significação para outro acarreta necessariamente algumas alterações, que poderão ser maiores ou menores, mas o que é relevante neste caso é o facto de o *videoclip* aqui mencionado demonstrar que este género audiovisual possui capacidades narrativas, e que um conto elaborado de forma totalmente independente de uma música lhe pode servir de ilustração. Assim, não esquecendo o facto de que o próprio conto teve como fonte de inspiração

⁴⁰ “Without You” é um dos contos que fazem parte do livro *The Language of Fear*, da autoria do norte-americano Del James. Este conto foi inspirado na relação tumultuosa entre o vocalista dos Guns N’ Roses (Axl Rose) e a sua namorada Stephanie Seymour. “Without You” é então uma narrativa que descreve a relação entre Mayne Mann, uma estrela de rock, e a sua companheira Elizabeth (ambas as personagens inspiradas nos sujeitos referidos anteriormente), culminando no suicídio de Elizabeth, acontecimento que deixa Mayne destruído, acabando o mesmo por também morrer num incêndio, enquanto toca uma canção dedicada à sua falecida amada.

⁴¹ Imagens do “noivo” sozinho numa cama, ingerindo álcool e medicamentos, ou imagens de Jesus Cristo na cruz, vertendo lágrimas de sangue, são alguns exemplos das pistas que surgem no *videoclip*.

a vida pessoal do vocalista dos Guns N' Roses, revelam-se pontos comuns entre o conto e a canção, essencialmente a nível das temáticas abordadas⁴², o que permite que a “ilustração visual” da canção (*videoclip*) seja simultaneamente uma espécie de adaptação televisiva/cinematográfica do conto.

Facilmente se chega então à conclusão de que o espectador do *videoclip* que reconheça neste a história do conto “Without You” terá uma percepção mais aprofundada da mensagem transmitida pelo mesmo, tendo a possibilidade de assimilar as imagens na sua vertente dupla de ilustradoras de uma canção e também de um texto literário.

Mais do que meros exemplos da presença de outros géneros artísticos e do audiovisual no *videoclip*, os casos acima descritos revelam como o videoclip pode levar a intertextualidade a um novo patamar, estabelecendo-se não só relações entre música e imagem, mas partindo da música e das imagens que esta evoca para se convocarem outras imagens para a realização do *videoclip*, produzindo-se assim um produto audiovisual com diferentes camadas de significação. Torna-se assim claro que, apesar de estar sempre sujeito a diferentes linhas de leitura, suscitando diversas interpretações, o *videoclip* pode em certos casos basear-se não só na letra, mas em outros objectos artísticos que lhe são anteriores, e o espectador conhecedor dessas obras poderá então estabelecer ligações entre essas mesmas obras, o *videoclip* e a música que lhe é adjacente, construindo então uma percepção mais fundada sobre a mensagem veiculada por esse mesmo videoclip; já o espectador que desconheça as obras referidas num videoclip, apreenderá o significado de uma forma totalmente diferente.

Conclui-se assim que o uso de elementos intertextuais provenientes de outros géneros enriquece o *videoclip*, multiplicando os seus significados, e permitindo eventualmente uma nova leitura sobre o próprio significado da música, e que o espectador que tenha a possibilidade de descortinar estes elementos terá uma leitura

⁴² A letra da canção “November Rain” fala sobre as dificuldades inerentes a uma relação amorosa, existindo um verso onde se afirma “nothing lasts forever” (“nada dura para sempre”, na tradução literal); dentro da mesma linha temática se insere o conto “Without You”, já que fala também de uma relação amorosa complicada, que culmina com a morte dos principais personagens, demonstrando-se assim a inevitável finitude de todas as coisas.

mais completa e assimilará mais profundamente as imagens do *videoclip* e o seu significado.

Autoria e Significação

Como já foi referido anteriormente, o significado não é uma coisa estanque; cada “texto” não significa por si próprio, não tem apenas uma única leitura que possa ser apreendida de igual forma por qualquer pessoa. Além da liberdade interpretativa que é atribuída a cada indivíduo que se depara com um dado “texto”, e que o vai compreender de uma forma distinta de todos os outros, também há que ter em conta o significado que é atribuído a cada “texto” pelo seu autor. Desta forma, é necessário ter em mente a multiplicidade autoral que povoa qualquer obra, mais precisamente, as diversas presenças autorais que podem surgir numa canção, e mais ainda num *videoclip*. Tal é afirmado por Thiago Soares, o qual defende que “(...) na audição de determinada faixa, percebe-se a confluência de vozes.”⁴³

Esta multiplicidade autoral surge desde cedo na própria canção; em muitos dos casos, o conteúdo melódico da canção é composto por um determinado indivíduo, e o conteúdo lírico é escrito por outro indivíduo. Para que seja possível produzir uma canção com letra e música, é imprescindível juntar estes dois conteúdos, que inicialmente podiam ser divergentes. Esta junção de letra e música implica necessariamente a co-presença de dois autores diferentes numa mesma música⁴⁴; posteriormente, essa dada canção será alvo de leituras diferentes por parte dos seu(s) intérprete(s), pelo que é necessário ter em mente que as formas de tocar, os ritmos, a altura, ou até mesmo o tipo de instrumentos utilizados, irão imprimir o cunho pessoal do intérprete, que poderá assim também ser encarado como um sujeito com um papel autoral neste processo. Entre esta diversidade de intérpretes/autores, deve destacar-se o papel do/a vocalista, já que a voz é aquilo que mais sobressai em termos de conferência de significado à canção, na medida em que é a voz que profere as palavras

⁴³ SOARES, Thiago, *Construindo imagens de som & fúria: considerações sobre o conceito de performance na análise de videoclips*, artigo realizado para o grupo de pesquisa Mídia & Música Popular Massiva, coordenado pelo prof. Dr. Jeder Janotti Júnior.

⁴⁴ Os aqui mencionados “dois autores” devem ser entendidos apenas como um mero exemplo explicativo. Muitas canções podem ter a letra composta não por um, mas dois ou mais autores, e o mesmo acontece com o conteúdo melódico; por outro lado, também pode suceder que apenas um autor seja responsável pela letra e música de uma canção.

que formam o conteúdo lírico, e que portanto evocam facilmente determinados temas, situações, ambientes, etc, mas também devido à entoação que o cantor/a dá a essa mesma letra, o modo como profere cada palavra, o volume, as pausas, as respirações, os quais se unem à letra para a construção de um significado, que será aquele que o/a vocalista entende que é o da canção.

“(...) ao nos determos na audição de uma determinada voz, somos impelidos a registrar de maneira imagética as operações executadas pelo intérprete.”⁴⁵

O modo como a canção é composta, a letra e, posteriormente, a forma como é interpretada, tanto pelos músicos como pelo/a vocalista, vão torná-la num “texto” composto por diversas presenças autorais, que confluem naquilo que será o significado final da música, que leva o sujeito que a ouve a evocar algo que a música veicula, e que pode ser compreendido de diversas formas, dependendo da percepção de cada um.

A multiplicidade autoral aqui referida está indubitavelmente ligada ao conceito de intertextualidade já definido, pois diversos “textos” unem-se, e os diferentes autores apoiam-se nas produções uns dos outros para a produção de um objecto final que será uma canção, e na qual estão presentes marcas não só de vários autores, mas também de diversos “textos”.

Esta “multiplicidade autoral” é exacerbada aquando da realização de um *videoclip*; à confluência de vozes presentes no tema, vão juntar-se as visões do realizador, dos indivíduos que interpretam as personagens que surgem no *videoclip* (que podem ser ou não os elementos da banda ou artista que interpretam a canção), e muitas vezes a própria banda impõe a sua visão na execução do *videoclip*.

Deste modo, o realizador surgirá como um novo autor, que escuta determinada canção, e a traduz visualmente através das imagens que a audição da canção evocou nele; por outro lado, a própria banda ou cantor/a, poderá à partida ter a sua própria visão daquilo que poderá ser a canção quando transposta para um produto

⁴⁵ SOARES, Thiago, *Construindo imagens de som & fúria: considerações sobre o conceito de performance na análise de videoclips*, artigo realizado para o grupo de pesquisa Mídia & Música Popular Massiva, coordenado pelo prof. Dr. Jeder Janotti Júnior.

audiovisual, actuando assim como “duplos autores”, pois são responsáveis pela canção em si, e também pelo videoclip, ao contribuírem com as suas ideias de imagens que podem ilustrar a mesma. Por fim, é preciso ter em conta o papel desempenhado pelos sujeitos que surgem no videoclip, já que estes também possuem alguma liberdade interpretativa, e o modo como actuam perante a câmara será relevante na forma como aqueles que vêem o *videoclip* o apreendem⁴⁶.

Compreende-se assim como o *videoclip* adicionará ao tema uma nova camada de significado, que condicionará a percepção do tema pelo ouvinte/espectador. Ao ser consumida a par com a visualização de imagens, a música adquire um novo sentido, e que pode ser, paradoxalmente, muito mais restrito, devido ao facto de estarem a ser atribuídas imagens específicas a um determinado som. Como foi referido anteriormente, a música leva os indivíduos que a ouvem a evocar temas, memórias, ambientes, etc, tendo portanto o poder de criar imagens de algo na mente de quem as ouve; a liberdade interpretativa que é entregue a cada sujeito no momento da audição cinge-se apenas aos sons e palavras escutados, enquanto ao visualizar um videoclip, o espectador fica circunscrito à “ilustração visual” que outros produziram sobre essa mesma canção. Caberá então ao espectador/ouvinte a assimilação e interpretação dos sons e imagens, embora ao visualizar um videoclip o acto de imaginar e evocar imagens seja consideravelmente diminuído, pois o som já vem acompanhado dessas mesmas imagens, que se ligam a ele intrinsecamente. O poder das imagens é tal que a visualização de um videoclip pode alterar por completo a percepção anterior que se tinha do respectivo tema, ou até lançar uma nova luz sobre algumas temáticas incluídas na canção de um modo implícito⁴⁷.

Um bom exemplo deste caso é o *videoclip* do tema “Crazy”, da banda norte-americana Aerosmith. Neste *videoclip*, a par de imagens da banda em concerto, podem ver-se

⁴⁶ A título de exemplo pode referir-se o *videoclip* do tema “Pure Morning” (1998), da banda Placebo. A canção tem um carácter algo triste e dramático, o qual é aprofundado no videoclip através da representação do vocalista, Brian Molko, que desempenha o papel de um homem que tenta cometer suicídio. O papel interpretativo, além da escolha das imagens usadas no *videoclip*, é importante para que o espectador perceba o significado e as temáticas trágicas abordadas.

⁴⁷ Certos videoclips, apesar disso, são construídos com base numa extrema simplicidade imagética; fala-se aqui de videoclips onde apenas surgem imagens da banda em actuação, e, nesses casos, as imagens só por si não possuem o poder de acrescentar ou explicitar o significado da música. A razão porque, por vezes, se opta por esta estética para o videoclip, poderá prender-se exactamente com a vontade de se “retirar” algum poder às imagens na percepção do conteúdo musical por parte do espectador, permitindo que este se concentre mais atentamente na canção.

cenas onde duas jovens escapam da escola e seguem em viagem, desempenhando uma série de loucuras. Na letra da canção, pode ouvir-se:

*"I'm losin' my mind, girl
'Cause I'm going crazy
I need you love, honey
I need your love
Crazy, crazy, crazy for you baby
I'm losin' my mind, girl
'Cause I'm going crazy"*

A letra da canção refere-se portanto a alguém que está "louco de amor", alguém apaixonado por uma rapariga, e que está a ficar "doido", pois precisa do seu amor.

No entanto, no *videoclip*, a "loucura" representada é a de duas adolescentes sozinhas, as quais, entre outras coisas, dançam num bar de strip. Assim, ao ver o *videoclip*, o espectador concentra-se no sentido de "loucura" que as imagens revelam, ou seja, a rebeldia de duas adolescentes, e não numa "loucura amorosa", à qual se refere a canção. O sentido do termo que dá título à canção tem então duas leituras, e com a visualização do *videoclip*, o espectador concentra-se necessariamente no tipo de "loucura" que as imagens representam, o qual é totalmente diferente daquele que é mencionado na letra da canção.

É então clara a primazia que é dada ao sentido da visão no consumo de um produto audiovisual, já que a força das imagens prevalece sobre o som, na construção do sentido.

Numa experiência realizada no âmbito de um estudo efectuado sobre as capacidades perceptivas dos indivíduos, Dominic W. Massaro e Lawrence C. Sager chegaram à conclusão de que quando a atenção tem de ser dividida entre um sinal sonoro e um sinal visual, prevalece a concentração na imagem, ou seja, quando confrontado com estímulos sonoros e visuais em simultâneo, o indivíduo processa primeiro o estímulo visual.

*“The results of Experiments 1 and 2 provide support for the role of limited-capacity and selective attention during visual and auditory perception. Tone recognition decreases when attention must be divided between tone and letter recognition.”*⁴⁸

A mesma conclusão é apresentada no estudo de Howard E. Egeth e Lawrence C. Sager, onde é defendida a ideia de que à um domínio do sentido da visão sobre todos os outros. Os autores apoiaram-se na teoria de Francis B. Colavita, o qual explorou o domínio da visão sobre a audição, teoria essa que é apoiada e aprofundada por ambos numa série de experiências que revelam como, quando submetida a estímulos visuais e sonoros em simultâneo, a atenção humana se concentra mais naquilo que é visual.

*“Vision ordinarily dominates audition (and cutaneous sensitivity as well) because, for still unknown reasons, subjects are disposed to attend to vision, everything else being equal.”*⁴⁹

Os *videoclips*, enquanto obras onde se manifesta uma “hibridação sensorial”, ou seja, são obras que, ao serem consumidas, activam mais do que um sentido humano, neste caso a visão e a audição, tornam-se então um dos exemplos onde a visão prevalece sobre os outros sentidos, e conseqüentemente, a apreensão do produto e construção do significado basear-se-ão mais na informação visual disponibilizada do que na informação sonora.

A posição aqui apresentada difere portanto da noção de que o *videoclip* permite ao espectador/ ouvinte uma experiência trans-sensorial, definida por Marcelo Carneiro de Lima como *“uma experiência globalizante, não-hierarquizante”*⁵⁰; o autor defende portanto que um *videoclip* (ou “música-vídeo”, seguindo o termo usado pelo mesmo) é um objecto audiovisual que é apreendido por todos os sentidos de igual forma, sendo que os estímulos a ambos os sentidos (visual e auditivo) se

⁴⁸ MASSARO, Dominic W.; WARNER, David S., “Dividing attention between auditory and visual perception”, *Perception & Psychophysics*, vol. 21 (6), 1977, p. 573

⁴⁹ EGETH, Howard E.; SAGER, Lawrence C., “On the locus of visual dominance”, *Perception & Psychophysics*, vol. 22 (1), 1977, p. 84

⁵⁰ LIMA, Marcelo Carneiro de, “Música-Vídeo: uma experiência trans-sensorial”, *Anais do I SIMPOM – Simpósio Brasileiro de Pós-Graduados em Música*, Subárea de Sonologia, Rio de Janeiro, 2010, p. 1065

interpenetram, completando-se e evocando-se um ao outro, na apreensão do produto, não havendo qualquer tipo de hierarquia ou domínio de algum dos sentidos.

Não se pretende aqui de todo negar a importância do som na visualização de um *videoclip*. A música é parte integral deste produto audiovisual, e no *videoclip*, som e imagem são indissociáveis; contudo, é bastante claro que, ao ver um videoclip, o indivíduo centra a sua atenção nas imagens, são estas que desempenham o principal papel na construção do significado, possuindo o poder de condicionar a percepção auditiva, pois quaisquer imagens que pudessem ser suscitadas na mente daquele que escuta apenas a canção não surgem agora, já que o *videoclip* dá a ver ao espectador um conjunto de imagens que tornam a canção “visual”, e onde a atenção está focada, o que faz com que o som passe para uma espécie de “segundo plano” no que diz respeito à apreensão do significado do produto audiovisual.

O *videoclip* surge então como um género híbrido, que apela aos sentidos da audição e da visão, mas onde a imagem claramente prevalece na mente do espectador, o qual, durante a experiência de visualização⁵¹, deixa de ter a necessidade de se focar completamente na letra e som da canção para compreender o que esta significa, pois as imagens a que esta está associada servem como uma “tradução visual” para aquilo que se está a ouvir.

⁵¹ Não será de todo por acaso que a expressão correcta é “ver um *videoclip*”, e não “ouvir um *videoclip*”; esta mera expressão corrente, utilizada por qualquer indivíduo, surge aqui como mais uma prova do domínio da visão sobre a audição no consumo do produto em questão.

A performance nos videoclips

Por forma a analisar a presença e a relevância da *performance* nos *videoclips*, em particular nos *videoclips* de temas associados ao género *rock*, é essencial que se comece por uma delimitação do que é deve aqui ser entendido por “*performance*”.

Alguns autores referem-se à *performance* como algo que faz parte da canção *a priori*, como é o caso de Thiago Soares, o qual entende a *performance* como “*parte de um determinado material expressivo significativa que deverá produzir sentido em consonância com questões de ordem cultural e contextual.*”⁵² Segundo esta definição, a *performance* estaria então presente nas entoações do vocalista, nos modos de dançar que o ritmo da canção evoca, ou até nos cenários e ambientes para os quais esta remete; deste modo, a própria *performance* inscrita na canção conferiria as bases para que esta fosse posteriormente “*imagetizada*”, pelo que se poderia então afirmar que os “*videoclipes performatizam as canções que os originam, propondo uma forma de «fazer ver» a canção a partir de códigos inscritos nas próprias canções*”⁵³.

Contudo, pretende-se que o termo “*performance*” seja encarado no seu sentido mais literal e restrito⁵⁴, pelo que aqui a palavra “*performance*” deverá ser compreendida como o acto de tocar/cantar música, sendo que o que será avaliado será a existência de desempenho artístico dos músicos no videoclip, tal como acontece num concerto ao vivo, tocando (ou simulando tocar) os instrumentos e cantando (ou simulando cantar) em frente à câmara.

A *performance*, como foi acima definida, é então algo bastante comum nos *videoclips* de temas de música *rock*; de facto, dos 60 *videoclips* visualizados e analisados⁵⁵, 50 revelam a existência de *performance*, ou seja, da banda ou cantor/a a actuar, o que corresponde a uma percentagem de 83,333 %, número que poderá

⁵² SOARES, Thiago, *Construindo imagens de som & fúria: considerações sobre o conceito de performance na análise de videoclips*, artigo realizado para o grupo de pesquisa Mídia & Música Popular Massiva, coordenado pelo prof. Dr. Jeder Janotti Júnior.

⁵³ *Idem*.

⁵⁴ Uma definição apropriada neste caso seria a que figura no Oxford Dictionaries Online, onde se descreve “*performance*” como “*an act of presenting a play, concert, or other form of entertainment*”.

⁵⁵ A escolha dos *videoclips* a analisar partiu, em primeiro lugar, do conhecimento e gosto pessoal, referente à música *rock*, apesar de grande parte daqueles que foram seleccionados para análise figurarem na lista dos 200 álbuns definitivos no *Rock And Roll Hall Of Fame*, ou na lista de melhores álbuns de rock da revista *Rolling Stone*.

desde já indiciar a prevalência e relevância deste uso de imagens dos músicos em actuação⁵⁶. É necessário, contudo, salientar que estas percentagens se observaram numa amostra que corresponde apenas a *videoclips* de música rock, pelo que em outros géneros a percentagem de *performance* em *videoclips* poderá ser bastante distinta.

A presença da *performance* nos *videoclips* não é algo de recente, mas antes uma característica que tem acompanhado a evolução dos *videoclips* de música rock desde o início. Tendo em conta os exemplos analisados, é fácil concluir que, ao longo das três décadas estudadas, a *performance* musical sempre foi algo bastante comum; dos 20 *videoclips* da década de 80 visionados, em 18 deles surge a *performance*, o que corresponde a uma percentagem de 90%. Já na análise correspondente à década de 90, registou-se um decréscimo da *performance* nos *videoclips*, surgindo esta em apenas 70% dos *videoclips*, ou seja, em 14 dos 20 *videoclips* analisados, o que ainda assim continua a ser um número elevado. A forte presença da *performance* mantém-se nos *videoclips* da primeira década do século XXI, sendo que dos 20 *videoclips* em análise, 18 revelam a presença de *performance* nas imagens, elevando a percentagem novamente aos 90%.⁵⁷

Como se pode concluir através da análise da amostra em estudo, nos últimos 30 anos, grande parte dos *videoclips* de música rock incluem cenas nas quais se pode ver a banda ou cantor/a em actuação. Este habitual uso que é feito da *performance* pode ser explicado devido ao género musical abordado.

a) A performance como expectativa associada ao género musical

A classificação genérica de um produto musical é um processo que envolve diversas instâncias, desde a própria banda ou cantor/a, às editoras, lojas distribuidoras, emissoras de rádio, programas de televisão dedicados à música, revistas sobre música, festivais, e por último, o próprio público consumidor pode ter uma palavra a dizer na rotulação de determinado produto, compreendendo-se assim que a

⁵⁶ A presença de *performance*, como aqui é descrita, não surge em todos os casos ao longo do *videoclip* inteiro; apesar de alguns *videoclips* serem constituídos apenas por imagens da banda actuar, como é, por exemplo, o caso do *videoclip* de “Last Nite” (2001), da banda The Strokes, na maioria dos casos a *performance* surge em momentos pontuais, intercalada com outro tipo de imagens, de teor mais narrativo.

⁵⁷ Ver anexo B.

*“lógica da rotulação apresenta não só critérios essencialmente musicais, mas imagéticos e de mercado”*⁵⁸. Será fácil compreender o papel que cada um dos elementos acima referidos terá na atribuição de um género a determinada banda. Em primeiro lugar, a banda ou cantor/a pode autodefinir a sua música como pertencendo a um dado género musical. Posteriormente, o álbum será distribuído por uma editora⁵⁹, que ajudará no processo de classificação genérica, incluindo o álbum num determinado mercado. O produto musical, neste caso um álbum, estará à venda em lojas, que normalmente possuem secções específicas para a venda de produtos de cada género musical, e que inserirão o álbum numa dessas secções; ocorre algo semelhante no que diz respeito a emissoras de rádio, programas televisivos, revistas ou festivais, que podem possuir programações específicas associadas a determinado género musical, associando certas bandas e cantores a esse mesmo género. Por fim, o próprio público poderá concordar ou discordar com a rotulação que é dada a certo tipo de música, e embora tenha uma menor influência que os restantes elementos, também o consumidor pode classificar genericamente a música de determinada banda em fóruns, blogs, redes sociais, ou até mesmo nos seus dispositivos pessoais de audição de música.

Compreensivelmente, *“os gêneros musicais estabelecem horizontes de expectativa no público consumidor”*⁶⁰, e estas expectativas implicam o tipo de sonoridade que o consumidor espera ouvir, as temáticas abordadas nas letras, o tipo de instrumentos utilizados, a entoação e voz do vocalista, e também as capas dos álbuns, os logótipos, a indumentária utilizada pelos membros da banda ou cantor/a, a atitude, o tipo de actuação ao vivo, ou seja, toda a imagem do(s) artista(s), na qual se incluem os videoclips, será estabelecida tendo como condicionante o género musical em que esse(s) artista(s) se insere(m).

⁵⁸ SOARES, Thiago, *O videoclip no horizonte de expectativas do género musical*, artigo realizado para o grupo de pesquisa Mídia & Música Popular Massiva do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia (UFBA), p. 5

⁵⁹ Certas editoras discográficas estão à partida associadas a um género específico, o que contribuirá para uma mais fácil e clara rotulação. No entanto, existem outras editoras que lidam com diversos géneros musicais, e ambos os tipos de editora desempenham um papel preponderante no estabelecimento de uma associação entre uma banda ou cantor/a e um género musical.

⁶⁰ SOARES, Thiago, *O videoclip no horizonte de expectativas do género musical*, artigo realizado para o grupo de pesquisa Mídia & Música Popular Massiva do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia (UFBA), p. 3

Esta ideia é corroborada por Juan Leguizamón, que considera os videoclips “*fenómenos singulares, incluso como «estilos» diferenciados que constituye la «serie imaginal» de cada artista*”⁶¹.

Torna-se então facilmente compreensível a relevância do *videoclip* na construção da “*narrativa imagética de um determinado artista*”⁶². Ainda assim, esta “narrativa imagética” de que fala Thiago Soares não se constrói somente a partir de toda a panóplia de imagens que possam ser associadas uma certa banda ou cantor/a, sendo que o género a que essa mesma banda ou cantor/a se associa traz já em si agregados um conjunto de imagens ou símbolo que facilitarão esta identificação.

Em certos géneros musicais, como é o caso do *rock*, género aqui abordado, esses símbolos não são tão evidentes, mas outros géneros são facilmente identificáveis através de símbolos que para eles remetem explicitamente. Um exemplo bastante claro disto mesmo é a música *reggae*; este género musical é usualmente associado às cores da bandeira da Jamaica, país de onde é originário, a artistas com *dreadlocks*⁶³, ou até mesmo à imagem da folha da marijuana; assim, diversos cantores *reggae* possuem *dreadlocks* no cabelo, as capas dos álbuns fazem uso dos elementos anteriormente referidos, e os próprios videoclips se inspiram regularmente neste tipo de ambiência. Também se poderá referir, a título de exemplo, o *heavy metal*, género que usualmente remete para cores escuras, destacando-se o preto e o vermelho, fazendo também uso de imagens de caveiras, ou roupas feitas com cabedal escuro e com diversas tachas aplicadas.

⁶¹ LEGUIZAMÓN, Juan Anselmo, *Exploraciones musicovisuales*, Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Jujuy, n. 17, San Salvador de Jujuy, Nov. 2001, p. 266

⁶² SOARES, Thiago, *O videoclip no horizonte de expectativas do género musical*, artigo realizado para o grupo de pesquisa Mídia & Música Popular Massiva do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia (UFBA), p. 8

⁶³ *Dreadlocks*, também conhecidas como *rastas*, são cachos de cabelo, usualmente compridos, que pendem como cordas, numa espécie de emaranhado; esta forma de manter o cabelo tornou-se especialmente reconhecido e popular através do movimento rastafári, e também através do cantor jamaicano Bob Marley, ícone da *música reggae*, o qual usava longas *dreadlocks* no cabelo.

Assim, os *videoclips*, além de se basearem obviamente na canção que lhes confere o som, construir-se-ão simultaneamente com base nas “*expectativas estruturais dos gêneros musicais*”⁶⁴ a que essa mesma canção é associada.

Seguindo esta linha de ideias, e não apenas no caso da música *rock*, mas em qualquer género musical, o *videoclip* constitui-se como mais do que uma ferramenta de divulgação ou consumo de determinada música ou álbum, desempenhando um papel fundamental na relação que é estabelecida entre os artistas e o público; os *videoclips* são das formas com que mais fácil e empaticamente um artista pode dar-se a conhecer ao seu público, mostrar-se, e revelar mais sobre si próprio, ou seja, são um dispositivo essencial para a construção da narrativa do artista, para que este possa demonstrar quem é (ou quem quer ser) junto dos seus fãs, e do público em geral.

Ao fazerem uso de elementos imagéticos facilmente reconhecíveis pelo público, e os quais possam ser explicita ou implicitamente associados a um género musical, os *videoclips* permitem que a banda ou cantor/a aceda mais facilmente a esse mesmo público, o qual assimilará e categorizará esses artistas como pertencendo a um género ou outro, e sabendo assim *a priori* o que poderá esperar dessas mesma banda ou cantor/a, não só no que diz respeito ao tipo de música por estes realizado, mas também no que concerne à sua imagem pessoal, a imagens de álbuns, ao tipo de *videoclips* que poderão lançar, e também ao tipo de actuação ao vivo que poderão fazer. Deste modo, torna-se perceptível o facto de vários *videoclips* do mesmo género musical, por mais diversificados que sejam, incorporarem em si elementos comuns, que fazem parte de conjunto imagético desse mesmo género.

Poderá então assim explicar-se a recorrente aparição da *performance* em *videoclips* de música *rock*; os concertos ao vivo são algo extremamente marcante e relevante dentro deste género. É incontável o número de festivais dedicados ao *rock*, e algumas das maiores tournées alguma vez realizadas foram efectuadas por bandas *rock*⁶⁵. Assim, as actuações ao vivo (ou *performances*) podem ser encaradas como um dos mais fortes elementos imagéticos associados à música *rock*, e são por isso

⁶⁴ SOARES, Thiago, *O videoclip no horizonte de expectativas do género musical*, artigo realizado para o grupo de pesquisa Mídia & Música Popular Massiva do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia (UFBA), p. 9

⁶⁵ Nos três lugares cimeiros de tournées com maior receita de bilheteira contam-se três bandas *rock*. Em primeiro lugar surgem os U2 com a “U2 360º Tour”, seguindo-se os The Rolling Stones, com a “A Bigger Bang Tour”, e em terceiro lugar estão os AC/DC, com a “Black Ice World Tour”.

regularmente utilizadas na realização dos *videoclips*. Além disso, o *rock* é comumente associado a algo com poucos artifícios, muito forte, “cru” mesmo, que se apresenta tal como é, e daí que as bandas e cantores surjam nos *videoclips* como “realmente são”, ou seja, enquanto artistas musicais que interpretam temas. Por outro lado, estas interpretações que podem ser visualizadas nas imagens veiculadas pelos *videoclips*: ao remeterem directamente para actuações ao vivo, criam uma identificação com o espectador, o qual poderá ser levado a querer de facto ver ao vivo aquilo que é exibido no ecrã, podendo então os *videoclips* ser considerados, simultaneamente, uma forma de promoção dos concertos da banda ou cantor/a, revelando-se assim uma nova faceta no seu papel para o bom desempenho (a nível económico) dos artistas.

b) O videoclip como forma de construção de imagens

Esta noção daquilo que é um *videoclip*, e do papel que este desempenha no seio do trabalho realizado por qualquer artista musical, é bastante distinta do objectivo que lhes atribui Heidi Peeters. A autora reconhece “*the artistic, commercial and ideological potential of the medium*”⁶⁶, estando assim, em certa medida, em concordância com o que aqui foi dito, afirmando que os *videoclips* desempenham diversas funções junto dos artistas, tanto de promoção/difusão ou consumo, como sendo relevantes do ponto de vista artístico e também na construção da imagem e ideologia que a banda ou cantor/a pretende veicular. Contudo, Heidi Peeters advoga ainda que:

*“The process of the visualization of music stars and the auditivization of film stars converged in the medium of the music video, were both voice and image merged in what seems to be the ultimate mechanism not only for displaying stars, but also for creating them.”*⁶⁷

⁶⁶ PEETERS, Heidi, “The Semiotics of Music Video: It Must Be Written in the Stars”, *Image and Narrative*, n.8, ISSN 1780-678X

⁶⁷ *Idem.*

A autora defende assim que o principal propósito dos *videoclips* será a “exibição das estrelas”, e até mesmo a sua “criação”. Esta visão do papel do *videoclip* difere consideravelmente da que foi aqui apresentada. Será justo afirmar-se que o *videoclip* se constitui como uma ferramenta fundamental para o reconhecimento público do artista, o que não implica que este tenha como principal intenção a criação de uma “estrela”⁶⁸. Tal como já foi referido, antes mesmo de ter em conta a canção a que está associado, o *videoclip* tem à partida por base um conjunto de elementos imagéticos referentes ao género desse mesmo tema, e posteriormente irá agregar em si imagens que estão em estreita ligação com a canção propriamente dita, tanto em termos líricos como melódicos. São assim identificadas uma série de questões sobre as quais o *videoclip* incide inicialmente, pelo que, mesmo que este possa ser um meio de exibição ou criação de estrelas musicais, como refere Heidi Peeters, será difícil dizer-se que é essa a sua génese, ou até o seu principal propósito.

Tendo então em conta tudo aquilo que foi dito anteriormente, pode afirmar-se, em linhas gerais, que os *videoclips* fazem parte do leque das criações artísticas de determinada banda ou cantor/a, contribuindo para a veiculação de uma mensagem, desempenham funções económicas, pois são relevantes para o consumo, não só de álbuns mas também de concertos, e inserem-se no conjunto imagético que marca os artistas, afirmando-se então como um dispositivo de extrema importância para a constituição de qualquer artista musical.

⁶⁸ O conceito de “estrela” é normalmente associado a um artista extremamente conhecido, a nível mundial, e que possui normalmente um grande número de admiradores, tendo enorme sucesso tanto a nível de vendas de álbuns como de bilhetes para concertos.

Conclusão

"Music the great communicator

Use two sticks to make it in the nature"

"Can't Stop", Red Hot Chilli Peppers

Os *videoclips* são considerados por muitos uma forma de arte complexa e que implica um intrincado trabalho artístico, para que se possa produzir um resultado final onde som e imagem se unem na criação de um produto audiovisual com características únicas. Outros, vêem nos *videoclips* não mais do que um mero meio de divulgação de um produto musical que os antecede.

Muito se poderá escrever e falar sobre opiniões tão divergentes, e será difícil, senão impossível, chegar a uma conclusão definitiva relativamente à categorização deste género audiovisual; contudo, através deste estudo, tornaram-se claros muitos dos elementos que fazem do *videoclip* aquilo que ele é: um produto audiovisual híbrido, pois reúne em si música e imagem, o qual, independentemente de ser considerado uma forma de arte ou não, é atravessado por diversas formas artísticas, quer na sua constituição estrutural, quer na sua produção individual.

Ao longo da História, o *videoclip* foi-se desenvolvendo, adquirindo diversas facetas, e nesta altura podem até começar a identificar-se diversas correntes dentro deste género, como os *videoclips* de cariz mais realista dos anos 80, ou a corrente mais experimentalista dos anos 90, onde se popularizou a utilização de efeitos especiais.

Sendo diversas vezes encarados como um género "menor", chegou-se aqui à conclusão que os *videoclips* possuem uma maior profundidade a nível conceptual do que à partida se poderia julgar, já que são produtos que englobam uma extrema complexidade tanto a nível imagético como sonoro. Obviamente mais do que simples meios de divulgação de uma determinada canção, os *videoclips* desempenham um papel fulcral na construção da imagem de um artista musical, e são fundamentais para a concepção que o público tem de uma certa banda ou cantor/a, além de que se constituem como ferramentas indispensáveis na indústria musical, não só como meios

de divulgação, mas também a nível económico e na construção de uma relação de maior proximidade entre público e artista.

A intertextualidade que lhes é inerente torna os *videoclips* um produto que pode ser estudado e abordado sob diversos prismas, e acentua as suas possibilidades (quase) ilimitadas enquanto forma de criação de um objecto que, não sendo artístico, tem ainda assim grandes possibilidades de ser considerado como tal. A riqueza deste género audiovisual torna-se assim inegável, independentemente do género musical a que está associado, pois além de se estabelecer com base numa relação intrínseca entre som e imagem, consegue ainda agregar em si elementos provenientes de uma série de áreas artísticas, como é o caso do cinema, pintura, escultura ou até mesmo literatura.

A força da imagem é algo que tem sempre de se ter em conta, e que perpassa toda a sociedade, não só a nível artístico e cultural, mas também a nível das relações interpessoais, ou no mundo comercial e de trabalho; ainda assim, o poder da música, arte ancestral, não pode ser negado, em especial nos *videoclips*, que nascem da música, das ideias e imagens concretas que esta consegue formar na mente de cada um. Esta relevância da música está patente na possibilidade que os próprios géneros musicais têm de influenciar a imagem que lhes está associada. Talvez por isso mesmo os *videoclips* de música *rock* possuem esta característica especial que é a utilização da *performance*, usada como forma de veiculação de uma filosofia de um género musical que prima pela irreverência, pela simplicidade, pelo afastamento a tudo o que é artificial.

Depois de tudo isto, serão os *videoclips* uma forma de arte? A minha opinião é que claramente que sim. Contudo, o intuito principal desta dissertação não é, de todo, responder a esta pergunta, mas antes aprofundar o estudo sobre um género audiovisual extremamente relevante na cultura actual, deixando explícitas algumas das suas características que considero serem as mais marcantes e, ao mesmo tempo, demonstrando que há ainda muito que pode (e deve) ser dito, opinado, estudado e analisado sobre esta, atrevo-me a dizer, forma artística.

Bibliografia

ALLEN, Graham, *Intertextuality (The New Critical Idiom)*, Routledge, 2000

BECKER, Carl, *The New World of Post-Apocalyptic Imagination*, Thesis presented to the Faculty of California State University, 2010

CHION, Michel, *Audio-Vision: Sound On Screen*, Columbia University Press, NY, 1994

CLÜVER, Claus, “Estudos interartes: conceitos, termos, objectivos”, *Literatura e Sociedade*, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências da Universidade de São Paulo, n. 2, 1997

COELHO, Lílian Reichert, “Um Mundo Vibrante de Formas e Cores no Videoclip de Michel Gondry”, *Revista de Estudos da Comunicação*, Curitiba, vol.9, n. 20, p. 203-212, Set./Dez. 2008

EGETH, Howard E.; SAGER, Lawrence C., “On the locus of visual dominance”, *Perception & Psychophysics*, vol. 22 (I), 1977

FISHER, Austin, *Radical Frontiers in the Spaghetti Western: Politics, Violence and Popular Italian Cinema*, Tauris Academic Studies, 2011

GENETTE, Gérard, *Palimpsestos: a literatura de segunda mão*, Extratos traduzidos do francês por Luciene Guimarães e Maria Antônia Ramos Coutinho, Cadernos do

Departamento de Letras Vernáculas, Belo Horizonte, UFMG/Faculdade de Letras, 2005.

GOODWIN, Andrew; GROSSBERG, Lawrence; FRITH, Simon, *Sound and Vision: The Music Video Reader*, Routledge, NY, 1993

JAMES, Del, "Without You", *The Language of Fear*, Random House Publishing Group, 1995

JÚNIOR, Jackson Araújo, *A adaptação das pinturas de Caravaggio para o videoclip de "Losing My Religion", do R.E.M.*, trabalho realizado no âmbito da disciplina de Semiótica do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade de Fortaleza, 2004

KRISTEVA, Julia, *Introdução à Semanálise*, Ed. Perspectiva, São Paulo, 1974

LEGUIZAMÓN, Juan Anselmo, *Exploraciones musicovisuales*, Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Jujuy, n. 17, San Salvador de Jujuy, Nov. 2001

LIMA, Marcelo Carneiro de, "Música-Vídeo: uma experiência trans-sensorial", *Anais do I SIMPOM – Simpósio Brasileiro de Pós-Graduados em Música*, Subárea de Sonologia, Rio de Janeiro, 2010

MASSARO, Dominic W.; WARNER, David S., "Dividing attention between auditory and visual perception", *Perception & Psychophysics*, vol. 21 (6), 1977

PEETERS, Heidi, "The Semiotics of Music Video: It Must Be Written in the Stars", *Image and Narrative*, n.8, ISSN 1780-678X

PEVERINI, Paolo, *Il videoclip: strategie e figure di una forma breve*, Meltemi editore srl, Roma, 2004

SOARES, Thiago, *Construindo imagens de som & fúria: considerações sobre o conceito de performance na análise de videoclips*, artigo realizado para o grupo de pesquisa Mídia & Música Popular Massiva, coordenado pelo prof. Dr. Jeder Janotti Júnior.

SOARES, Thiago, *O videoclip no horizonte de expectativas do gênero musical*, artigo realizado para o grupo de pesquisa Mídia & Música Popular Massiva do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia (UFBA)

SOARES, Thiago, “Por uma metodologia de análise mediática dos videoclipes: Contribuições da Semiótica da Canção e dos Estudos Culturais”, *UNl revista*, São Leopoldo, Vol. 1, nº3, 2006

STOCKBRIDGE, Sally, “Intertextuality: Video Music Clips and Historical Film”, in T. O’Regan & B. Shoesmith eds. *History on/and/in Film*, Perth: History & Film Association of Australia, 1987

VERNALLIS, Carol, *Experiencing Music Video: Aesthetics and Cultural Context*, Columbia University Press, 2004

Internet:

http://pt.wikipedia.org/wiki/Anexo:Lista_dos_200_%C3%A1lbuns_definitivos_n_o_Rock_and_Roll_Hall_of_Fame (Consultado em 16/12/2012)

<http://www.rollingstone.com/music/lists/500-greatest-albums-of-all-time-20120531> (Consultado em 16/12/2012)

<http://oxforddictionaries.com/definition/english/performance> (Consultado em 14/01/2013)

<http://www.rollingstone.com/music/news/u2-to-break-record-for-highest-grossing-tour-of-all-time-20110408> (Consultado em 7/02/2013)

<http://www.imageandnarrative.be/inarchive/issue08/heidipecters.htm> (Consultado em 23/03/2013)

<http://www.youtube.com/watch?v=DDwJKteKRbo> (Consultado em 20/04/2013)

<http://www.youtube.com/watch?v=BgmjLHy7gmQ> (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=3FXiSCS8Qec> (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=EPhWR4d3FJQ> (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=aENX1Sf3fgQ> (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=eBShN8qT4lk> (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=DSISaGcc0QM> (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=4D2qcbu26gs> (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=bRdo7WXTVoM> (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=kdfRhU7IFPE> (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=DrGuVa-4BVE> (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=IDK9QqIzhwk> (Consultado em 20/04/2013)
http://www.youtube.com/watch?v=wTP2RUD_cLO (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=omGDmvNWLvw> (Consultado em 20/04/2013)
http://www.youtube.com/watch?v=VZ5bS3_BCDs (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=gF5LaVkDhyk> (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=Bayek5ILZWY> (Consultado em 20/04/2013)
http://www.dailymotion.com/video/xcx9yy_zz-top-sharp-dressed-man_music#.UXmTiaKOSTI (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=GzZWSrr5wFI> (Consultado em 20/04/2013)
http://www.youtube.com/watch?v=ir2rFb_ghn0 (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=qM0ziNtulhM> (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=T6oKhMPemjY> (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=3mbBbFH9fAg> (Consultado em 20/04/2013)

<http://www.youtube.com/watch?v=w7ph3wWMcFQ> (Consultado em 20/04/2013)

<http://www.youtube.com/watch?v=NMNgblSmF4I> (Consultado em 20/04/2013)

<http://www.youtube.com/watch?v=D-ysg62GmFo> (Consultado em 20/04/2013)

<http://www.youtube.com/watch?v=eBG7P-K-r1Y> (Consultado em 20/04/2013)

<http://www.youtube.com/watch?v=PbgKEjNBHqM> (Consultado em 20/04/2013)

<http://www.youtube.com/watch?v=IBH97ma9Yil> (Consultado em 20/04/2013)

<http://www.youtube.com/watch?v=xwtdhWltSlg> (Consultado em 20/04/2013)

<http://www.youtube.com/watch?v=Q7F9LhuMsrQ> (Consultado em 20/04/2013)

<http://www.youtube.com/watch?v=RZgBhyU4IvQ> (Consultado em 20/04/2013)

<http://www.youtube.com/watch?v=8SbUC-UaAxE> (Consultado em 20/04/2013)

<http://www.youtube.com/watch?v=OfIfzVf8t6E> (Consultado em 20/04/2013)

<http://www.youtube.com/watch?v=jQQmAP9Poo4> (Consultado em 20/04/2013)

<http://www.youtube.com/watch?v=uAE6Il6OTcs> (Consultado em 20/04/2013)

<http://www.youtube.com/watch?v=w211KOQ5BmI> (Consultado em 20/04/2013)

<http://www.youtube.com/watch?v=SSbBvKaM6sk> (Consultado em 20/04/2013)

<http://www.youtube.com/watch?v=xmUZ6nCFNoU> (Consultado em 20/04/2013)

<http://www.youtube.com/watch?v=99j0zLuNhi8> (Consultado em 20/04/2013)

http://www.youtube.com/watch?v=Ee_uujKuJMI (Consultado em 20/04/2013)

http://www.youtube.com/watch?v=_XC2mqcMMGQ (Consultado em 20/04/2013)

<http://www.youtube.com/watch?v=tuK6n2Lkza0> (Consultado em 20/04/2013)

http://www.youtube.com/watch?v=30w8DyEJ_0 (Consultado em 20/04/2013)

<http://www.youtube.com/watch?v=BfOdWSiyWoc> (Consultado em 20/04/2013)

<http://www.youtube.com/watch?v=7Xf-Lesrkuc> (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=DcHKOC64KnE> (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=dTAAsCNK7RA> (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=sRYNYb30nxU> (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=hamKI-su8PE> (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=eVTXPUF4Oz4> (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=fe4EK4HSPkI> (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=Q3Yc3HhSI1Q> (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=TOypSnKFHrE> (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=gGdGFtwCNBE> (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=0J2QdDbelmY> (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=RF0Hhrwlwp0> (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=GhCXAiNz9Jo> (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=DEKC5pyOKFU> (Consultado em 20/04/2013)
<http://www.youtube.com/watch?v=1MwjX4dG72s> (Consultado em 20/04/2013)

Anexos

A.

Videoclips analisados:

1980 – 1989

“À Minha Maneira”, Xutos & Pontapés, álbum *88* (1988)

“Bad Attitude”, Deep Purple, álbum *The House Of Blue Light* (1987)

“Bad Reputation”, Joan Jett, álbum *Bad Reputation* (1981)

“Born In The USA”, Bruce Springsteen, álbum *Born In The USA* (1984)

“Every Little Thing She Does Is Magic”, The Police, álbum *Ghost in the Machine* (1981)

“(You Gotta) Fight For Your Right (To Party)”, Beastie Boys, álbum *Licensed to Ill* (1986)

“Here I Go Again”, Whitesnake, álbum *Saints & Sinners* (1982)

“I Wanna Be Adored”, The Stone Roses, álbum *The Stone Roses* (1989)

“I Want To Break Free”, Queen, álbum *The Works* (1984)

“Jump”, Van Halen, álbum *1984* (1984)

“Learning To Fly”, Pink Floyd, álbum *A Momentary Lapse of Reason* (1987)

“Livin’ On A Prayer”, Bon Jovi, álbum *Slippery When Wet* (1986)

“Money For Nothing”, Dire Straits, álbum *Brothers in Arms* (1985)

“Neighbours”, The Rolling Stones, álbum *Tattoo You* (1981)

“Photograph”, Def Leppard, álbum *Pyromania* (1983)

“Run To You”, Bryan Adams, álbum *Reckless* (1984)

“Shake Your Foundations”, AC/DC, álbum *Fly On The Wall* (1985)

“Sharp Dressed Man”, ZZ Top, álbum *Eliminator* (1983)

“Where The Streets Have No Name”, U2, álbum *The Joshua Tree* (1987)

“You Better You Bet”, The Who, álbum *Face Dances* (1981)

1990 - 1999

“Alive”, Pearl Jam, álbum *Ten* (1991)

“Ashes To Ashes”, Faith No More, álbum *Album Of The Year* (1997)

"Black Hole Sun", Soundgarden, álbum *Superunknown* (1994)
 "Crash Into Me", Dave Matthews Band, álbum *Crash* (1996)
 "Crazy", Aerosmith, álbum *Get A Grip* (1993)
 "Don't Look Back In Anger", Oasis, álbum *(What's The Story) Morning Glory?*
 (1995)
 "Everlong", Foo Fighters, álbum *The Colour And The Shape* (1997)
 "In Bloom", Nirvana, álbum *Nevermind* (1991)
 "Karma Police", Radiohead, álbum *Ok Computer* (1997)
 "Losing My Religion", R.E.M, album *Out of Time* (1991)
 "Mint Car", The Cure, álbum *Wild Mood Swings* (1996)
 "Not Dark Yet", Bob Dylan, álbum *Time Out of Mind* (1997)
 "November Rain", Guns N'Roses, álbum *Use Your Illusion I* (1991)
 "Poison Heart", Ramones, álbum *Mondo Bizarro* (1992)
 "Pure Morning", Placebo, álbum *Without You I'm Nothing* (1998)
 "Rooster", Alice In Chains, álbum *Dirt* (1992)
 "Sleep Now In The Fire", Rage Against The Machine, álbum *The Battle of Los Angeles* (1999)
 "Song 2", Blur, álbum *Blur* (1997)
 "Today", The Smashing Pumpkins, álbum *Siamese Dream* (1993)
 "With Arms Wide Open", Creed, álbum *Human Clay* (1999)

 2000 – 2010
 "American Idiot", Green Day, álbum *American Idiot* (2004)
 "A-Punk", Vampire Weekend, álbum *Vampire Weekend* (2008)
 "Are You Gonna Be My Girl", Jet, álbum *Get Born* (2003)
 "Brianstorm", Arctic Monkeys, álbum *Favourite Worst Nightmare* (2007)
 "Can't Stop", Red Hot Chilli Peppers, álbum *By the Way* (2002)
 "Drops of Jupiter (Tell Me)", Train, álbum *Drops of Jupiter* (2001)
 "Go With The Flow", Queens of the Stone Age, álbum *Songs for the Deaf* (2002)
 "Here It Goes Again", OK Go, álbum *Oh No* (2005)
 "I Believe in a Thing Called Love", The Darkness, álbum *Permission To Land*
 (2003)

"I Predict A Riot", Kaiser Chiefs, álbum *Employment* (2005)

"In The End", Linkin Park, álbum *Hybrid Theory* (2000)

"Kids", MGMT, álbum *Oracular Spectacular* (2007)

"Knights Of Cydonia", Muse, álbum *Black Holes And Revelations* (2006)

"Last Nite", The Strokes, álbum *Is This It* (2001)

"Mr. Brightside", The Killers, álbum *Hot Fuss* (2004)

"Seven Nation Army", The White Stripes, álbum *Elephant* (2003)

"Sex On Fire", Kings Of Leon, álbum *Only by the Night* (2008)

"Take Me Out", Franz Ferdinand, álbum *Franz Ferdinand* (2004)

"Wake Up", Arcade Fire, álbum *Funeral* (2004)

"Yellow", Coldplay, álbum *Parachutes* (2000)

B.

Análise da presença da *performance* nos *videoclips*

Espaço temporal	<i>Videoclips</i> analisados	<i>Videoclips com performance</i>	Percentagem
1980 - 1989	20	18	90%
1990 - 1999	20	14	70%
2000 - 2010	20	18	90%
TOTAL	60	50	= 83,333%

C.



Imagem do videoclip do tema "Sharp Dressed Man", de ZZ Top.

D.



Imagem do videoclip do tema “Brianstorm”, de Arctic Monkeys.

E.

1.



2.



Imagens do videoclip do tema "Shake Your Foundations", de AC/DC.

F.



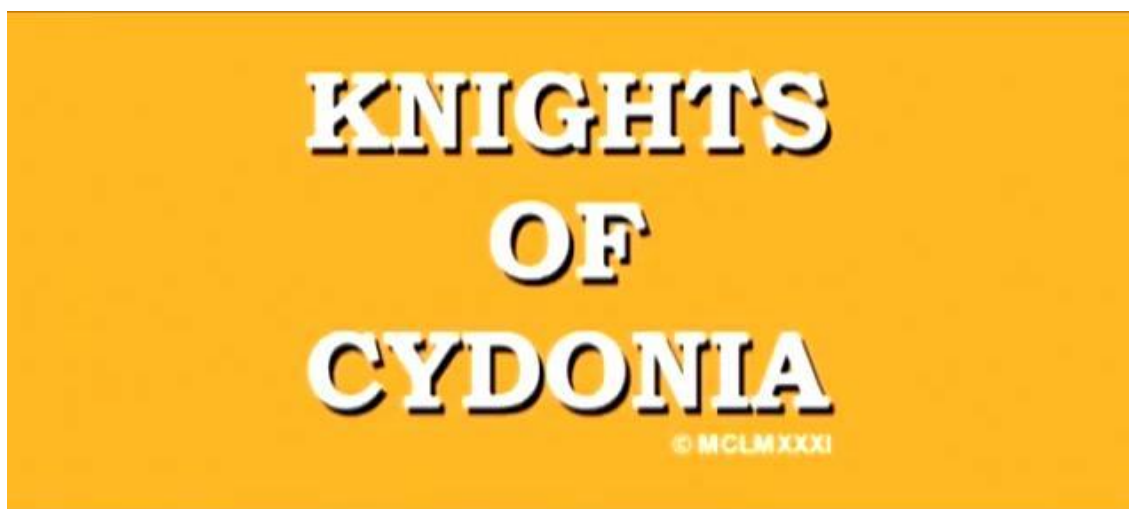
Imagem do videoclip do tema “Bad Attitude”, de Deep Purple.

G.

1.



2.



Imagens dos créditos iniciais do videoclip do tema “Knights of Cydonia”, de Muse.

3.



Imagem de um grande plano no videoclip de “Knights of Cydonia”.

4.



Imagem do duelo no videoclip de “Knights of Cydonia”.

5.



6.



Imagens evocativas ao género “pós-apocalíptico” no videoclip de “Knights of Cydonia”.

H.

1.



Imagem do videoclip do tema “Neighbours”, de Rolling Stones.

2.



Imagem do filme *Janela Indiscreta*, de Alfred Hitchcock.

I.

1.



Imagem da carrinha pintada no videoclip do tema “Today”, de Smashing Pumpkins”.

2.



Imagem de uma cena do filme *Zabriskie Point*, de Michelangelo Antonioni, onde se pode ver o avião pintado.

J.

1.



Imagem do videoclip do tema "I Want to Break Free", de Queen, onde se pode ver um dos elementos da banda vestido de mulher, numa referência a *Coronation Street*.

2.



Imagem da novela *Coronation Street*.

L.

1.



2.



Imagens do videoclip do tema "Sleep Now In The Fire", de Rage Against The Machine, numa clara alusão ao programa *Quem Quer Ser Milionário?* (*Who Wants To Be A Millionaire?*)

3.



4.



Imagens do programa *Who Wants To Be A Millionaire?*

M.

1.



Exemplo de uma das “esculturas” de Erwin Wurm, da série *One-Minute Sculptures*.

2.



Plano do videoclip do tema “Can’t Stop”, da banda Red Hot Chili Peppers.

3.



“Escultura” pertencente à série *One-Minute Sculptures*, de Erwin Wurm

4.



Plano do videoclip do tema “Can’t Stop”, da banda Red Hot Chili Peppers.

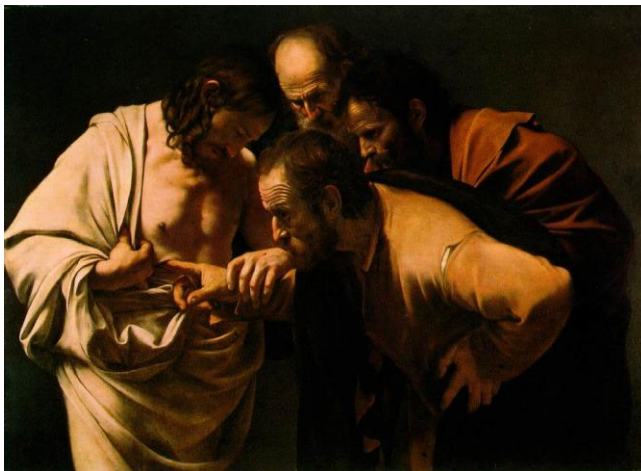
N.

1.



Imagem do videoclip do tema “Losing My Religion”, de R.E.M.

2.



“Incredulità di san Tommaso”, de Caravaggio.